



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Análisis del discurso radiofónico del programa de entretenimiento "Zona de Amor"  
de Radio La Zona, Lima - Perú 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Mendoza Necochea, Kiara Alejandra (ORCID:0000-0002-8414-1526)

**ASESOR:**

Mg. Smith Corrales, César Augusto (ORCID:0000-0003-0187-0967)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima - Perú

2020

La presente tesis se la dedico  
Principalmente a Dios, mi padre celestial, que siempre me dio las fuerzas para no rendirme  
y seguir persistente en llegar a esta etapa de mi vida.  
A mi padre en la tierra James Martín, por siempre apoyarme en todo, lo económico y  
moral, y también por ser a parte de mi padre; mi amigo.  
A mi madre Jessica y mi hermano Claudio, quienes son una gran motivación para mí, que  
me enseñan siempre a ser mejor persona.  
A César Lavado, mi compañero de vida, quién me ayudó en todo momento, y que  
compartió conmigo este proceso animándome siempre.

## **AGRADECIMIENTO**

Siempre teniendo en cuenta en primer lugar a Dios, por ello agradecerle a ÉL, por darme vida y también las fuerzas necesarias para seguir a delante a pesar de toda circunstancia, por darme sabiduría y guiarme en este proceso tan importante para mi vida. Por haberme dado unos buenos padres, que me han inculcado con buenos valores, y que siempre están conmigo apoyándome; por darme el privilegio de tener un hermano maravilloso, que a pesar de su corta edad, aprendo siempre de él. También agradezco a mi novio César, un gran hombre y de quien me siento orgullosa por todo el esfuerzo que hace; por estar conmigo en todo momento, ayudándome y motivándome; además de sus buenos consejos y palabras de aliento.

A mis maestros a lo largo de la carrera y a mis asesores, Javier Argote y César Smith, quienes compartieron sus conocimientos y me guiaron en estos dos ciclos tan decisivos; por su paciencia en la enseñanza y ese deseo de formar a grandes profesionales.

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada” “Análisis del discurso radiofónico del programa de entretenimiento “Zona de Amor” de radio La Zona, Lima – Perú 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Kiara Alejandra Mendoza Necochea

## ÍNDICE

<b>CARÁTULA.....</b>	<b>I</b>
<b>Página del jurado .....</b>	<b>II</b>
<b>Dedicatoria .....</b>	<b>III</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>IV</b>
<b>Declaratoria de autenticidad .....</b>	<b>V</b>
<b>Presentación .....</b>	<b>VI</b>
<b>Índice .....</b>	<b>VII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>X</b>
<b>I.- INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>1.- Aproximación Temática .....</b>	<b>12</b>
<b>2.- Marco Teórico.....</b>	<b>19</b>
<b>3.- Formulación del Problema .....</b>	<b>30</b>
<b>4.- Justificación del Estudio .....</b>	<b>31</b>
<b>5.- Supuestos/ Objetivos del trabajo de Investigación .....</b>	<b>33</b>
<b>II.- MÉTODO .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1.- Diseño de Investigación.....</b>	<b>34</b>
<b>2.2.- Métodos de Muestreo .....</b>	<b>35</b>

<b>2.3.- Rigor Científico.....</b>	<b>38</b>
<b>2.4.- Análisis cualitativo de los datos.....</b>	<b>39</b>
<b>2.5.- Aspectos Éticos.....</b>	<b>39</b>
 <b>III.-DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	 <b>40</b>
<b>IV.- DISCUSIÓN .....</b>	<b>57</b>
<b>V.- CONCLUSIONES.....</b>	<b>58</b>
<b>VI.- RECOMENDACIONES.....</b>	<b>60</b>
 <b>REFERENCIAS.....</b>	 <b>61</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar el discurso radiofónico del programa radial de entretenimiento “Zona de Amor” de radio La Zona, por lo cual se trazó el siguiente problema: “¿De qué manera se presenta el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento Zona de Amor de radio La Zona, Lima- Perú 2018?”, dicha emisión radial, conjuntamente con la música que presenta, existe una particular interacción entre emisor y destinatario, ofreciendo consejos sobre temas amorosos. Se optó por desarrollar la investigación en un enfoque cualitativo con la finalidad de interpretar el uso de los elementos que propone el discurso radiofónico. Como primer paso, se ejecuta la grabación del programa radial de dos días en la semana, realizando respectivamente el guion técnico, para poder plasmarlo en una ficha de observación que establecerá qué puntos se consideran en las emisiones designadas. El objetivo es analizar la función que cumple el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de radio La Zona, Lima – Perú 2018, considerando las tres dimensiones de la variable: referencial, enunciativa y estructural de la emisión radiofónica. A partir de ello se permitirá describir e interpretar la realidad de la unidad de análisis, llegando a una conclusión final y así poder brindar las recomendaciones necesarias para una buena manifestación del mensaje a través de radio.

**Palabras Claves: Radio, discurso, mensaje, lenguaje, palabra.**

## **ABSTRACT**

The objective of this research work was the radio program of the radio entertainment program "Zona de amor" on radio La zona, which is why the following problem is addressed: "What can the radio talk be presented in the program of La Zona, Lima- Perú 2018? ", Said radio broadcast, accompanied by the music presented, there is a particular interaction between the sender and the recipient, the recommendations on topics of love, it was decided to develop the research in a qualitative approach with the purpose of interpret the use of the elements proposed by the radiophonic discourse As a first step, you can see the recording of the radio program of the two days in the week, the technical guide has been made, to be able to translate into an observation form that should be The objective is to analyze the function that radio plays in the program "Zona de amor" of La Zona radio, Lima - Perú 2018, q ue refers to the variables of the variable: referential, enunciative and structural radio broadcast. From there, we can describe and interpret the reality of the unit of analysis, reach a final conclusion and thus be able to provide recommendations for a good manifestation of the message through the radio.

**Keywords: Radio, speech, message, language, word.**



## **I.- INTRODUCCIÓN**

La radio, claramente ha sido uno de los inventos más trascendentes del ser humano, ya que por primera vez en la historia, gran parte de la sociedad podía estar informada en tiempo real.

Acabando el siglo XIX se comenzó un proceso de desarrollo tecnológico; y ya en el año 1887 con el descubrimiento de las ondas electromagnéticas, por parte del físico alemán Heinrich Hertz, empezó el avance de lo que hoy en día, es una transmisión radial.

Según Huidobro y Luque (2014)

Hertz construyó un circuito oscilante que producía unas ondas capaces de viajar por el espacio y ser detectadas por un cable eléctrico a modo de antena, que producía una corriente eléctrica oscilante similar a la del circuito de origen [...] Esas ondas que el descubrió se llamaron en su honor ondas Hertzianas (p.27).

Desde ese entonces la influencia de la radio en la sociedad se viene dando, pues este es un medio de difusión masiva y de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales y además establece un vínculo más personal que otros medios de comunicación.

Cuando la radio surge en el Perú en la década de 1920, pasa por diversas transformaciones; y esta recién se inicia oficialmente en nuestro país, en el año 1925 con la primera transmisión que realizó la OAX AM, propiedad de la Peruvian Broadcasting Company, estación radial pionera. Pero con el paso de los años, la tecnología y los medios de entretenimiento, se renovaban constantemente, por lo que la propuesta inicial de la OAX fue renovada como Radio Nacional del Perú en 1933, la cual emitía programas en formatos poco específicos, como piezas musicales o lecturas.

Actualmente, la radio influye de diferentes maneras, ya sea por sus programaciones, músicas, contenidos o participación dentro de la sociedad. Unas de las mayores influencias de la radio es que, esta induce a tener una reacción, que puede ser positiva como también negativa; esto quiere decir, que tienen la potestad de controlar el mensaje, y dar pase a una opinión.

Según Cohen y Pereyra (2010)

La radio, más allá de sus aspectos técnicos, es un instrumento de expresión que sirvió para extender los alcances de la comunicación oral. Es aquí donde radica la importancia de esta herramienta comunicativa, para la historia de la comunicación. La radio permite amplificar la tradición oral y así es cuando adquiere otra dimensión. De esta forma se generó una nueva forma de interacción [...] Con la radio se podía acceder a la voz de los líderes, a diversos sucesos mundiales y discusiones solo con sintonizar un programa noticioso. (p. 143)

### **1.- Aproximación Temática**

En la radio, al igual que en los otros medios de comunicación, reúne las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad y construir toda esa combinación de mensajes y sonido que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores.

Por ello, una de estas influencias en la radio para con el oyente, viene definitivamente por parte del locutor, quien tiene el uso de la palabra, y que cumpliendo con un guion de programación junto con otros elementos primordiales y propios del lenguaje, como la música, los efectos de sonido y el silencio, consecuentemente se lleva a cabo el uso del “Discurso Radiofónico”.

El discurso radiofónico combina la palabra hablada, que es la base sobre la que se elabora el mensaje, con la música y demás efectos sonoros. La radio tiene un estilo propio en el cual podemos encontrar un lenguaje reiterado con oraciones, palabras concretas, sencillas, y también el uso de la voz activa.

Como hace mención Guarinos (2009)

Palabra, música, efectos y silencio son los sistemas sémicos básicos del mensaje radiofónico. Todos ellos están codificados por condicionantes diferentes en cada cultura. Existe una concepción de lo bello también para el sonido, de lo bueno y también de lo malo y lo feo. Aun así, existen una serie de funciones que cada uno de estos componentes puede cumplir en la radio y que están universalizadas, por lo que pueden encontrarse dichos cometidos en los programas de cualquier país y cualquier emisora. (p. 51)

El uso de la palabra, según el formato y género que tenga la emisora radial, busca entretener y convertir este medio como un espacio donde se pueda compartir y dar iniciativa a la opinión de la audiencia, donde los oyentes siempre están pendientes y a la expectativa para su intervención.

Dado que el propósito que tiene cualquier medio de comunicación es obtener de alguna manera una respuesta y reacción por parte de los receptores, es muy importante identificar qué lenguaje se debe utilizar, y aun mayor para radio, ya que no tiene de apoyo alguna imagen para que la audiencia pueda captar, sino que solo es la voz y los sonidos para que ellos interpreten; además de los códigos que se debe emplear para que el receptor comprenda y le resulte claro el mensaje.

En nuestro país hay un total aproximado de seis mil emisoras radiales y de televisión a nivel nacional. Y según el actual informe hecho por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, señalan que hasta el mes de enero del año pasado, existen 4,719 estaciones de radio. “Cuando hablamos de la programación radiofónica nos referimos al resultado final, agrupado y estructurado bajo criterios temporales de los programas-parrilla pero que propone una emisora a la audiencia [...]” (Berdasco, 2014, p. 55).

La realidad problemática de la presente investigación tiene como punto de partida el discurso que se difunde, en un programa de entretenimiento, pues para autores como Omar Rincón, el entretenimiento crea a un individuo poco reflexivo e incluso, ignorante. Sin embargo, el entretenimiento, también es parte de nuestra vida cotidiana, pues también merecemos tiempo de recreación, distracción y relajación. Por ello, para esta investigación se tomó en cuenta una de las cinco emisoras juveniles de entretenimiento con las que Lima cuenta actualmente; Radio La Zona 90.5 FM Lima, con sus diversas programaciones y contenidos, enfocándonos en una de ellas llamada “Zona de Amor”. En un horario nocturno y con espacio de tres horas, de 9pm a 12am. El cual su contenido, a diferencia de otras, es que el locutor interactúa más con el oyente; los teléfonos activos para esta ocasión donde la mayoría, adolescentes, llaman a “Chiki” conductor de este programa radial, quién se toma la atribución de aconsejar sobre temas amorosos y problemas de sus oyentes.

El programa ya mencionado se emite con gran popularidad y trae consigo un fuerte impacto en el oyente, en su pensamiento y comportamiento del mismo; de adolescentes, jóvenes,

estudiantes; futuros y ya profesionales. La finalidad de este proyecto no es calificar el programa, su contenido o la manera de locución; simplemente se analizará y describirá objetivamente las dimensiones del discurso radiofónico, para que además pueda aportar a proyectos de investigación dados en un futuro.

Para el presente desarrollo de tesis hallamos como primera investigación, la tesis expuesta por Sandra Marcela Herrera Bran titulada *Análisis del lenguaje radiofónico en el programa el mundo de los niños de la emisora colmundo de Bucaramanga*, presentada ante la facultad de comunicación social – periodismo de la universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga en el año 2010. Su objetivo general: Analizar del lenguaje radiofónico en el programa, “El mundo de los niños”, transmitido por la emisora colmundo de Bucaramanga. Para este proyecto se utilizó un enfoque mixto, dada la mirada desde la cual se analiza el objeto de estudio, en el caso de este proyecto, eran los programas de radio, ya que es un proceso que recoge, analiza y relaciona datos cuantitativos y cualitativos. Desde ese enfoque se logra una perspectiva con más precisión del fenómeno e incrementa la confianza en los resultados. Después del análisis de las dos técnicas utilizadas en este proyecto: Las entrevistas estructuradas y el análisis documental, se extrajo unos resultados. Se muestra que el elemento mejor utilizado en el programa infantil. Si bien es cierto, hay un manejo adecuado de ella, se podría mejorar los elementos de la música y los efectos de sonido que también hacen parte del lenguaje radiofónico y le dan vida al programa. Además, no es un resultado favorable, en tanto a la musicalización y los efectos de sonido permiten observar creatividad y generar imaginación en los oyentes, situación que en este caso es precaria. Algunas de las conclusiones a las que llega la autora de este proyecto, es que la palabra es el elemento mejor utilizado, sin embargo, existen algunas fallas en la intencionalidad y en la vocalización. Y el abuso de ella en un programa dirigido a niños puede redundar en su fracaso, dado que captar y mantener la atención de los niños es complejo y estos dos elementos son indispensables por el público al que está dirigido el programa. Además que se presentan fallas en la musicalización, y en algunas ocasiones no es seleccionado con intención específica, asimismo la clase de música que se utiliza, no siempre podría ser de agrado para su público objetivo. (Herrera, 2010, pp. 25-42)

Esta investigación aportó con información sobre el lenguaje radiofónico de un programa de radio, lo cual es importante, ya que a raíz del lenguaje que se use, se da el discurso radiofónico; lo que se analizará en mi proyecto de tesis.

En la tesis de Campos (2013) “El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa *Blanco en Vivo*”, presentado ante la facultad de ciencias políticas y sociales de la universidad Nacional Autónoma De México en el año 2013. Para el abordaje del objeto de estudio de esta investigación, se utilizó una metodología con enfoque cualitativo; y se empleó la entrevista como técnica de recopilación de datos. En esta tesis, a través de 26 programas de una selección grabada y aleatoria del programa radiofónico Blanca en vivo, y una síntesis de varias entrevistas realizadas a la locutora del programa mencionado, se obtuvieron los siguientes resultados más relevantes: Los temas que abarca el programa, son referidos como el interés sobre lo que le acontece a una sociedad o comunidad en aspectos como la salud, lo psicológico, el contexto histórico y político, etcétera. También se encontró el tipo de música que se emite, un interés particularmente de los jóvenes por la música electrónica, que incluye noticias sobre algunos DJ, y diversos festivales de este tipo de música. Y en el aspecto del discurso, considerando las teorías de Van Dijk y Gonzales Reyna sobre las formas en que se presenta un discurso se encontró que en el programa radiofónico Blanca en vivo, la locutora Blanca Ávila utilizó en los 26 programas analizados las 4 formas del discurso que son expositiva, narrativa, descriptiva y argumentativa. Una de las conclusiones a la que llega la autora para esta investigación, es que el lenguaje radiofónico del programa estudiado, contiene todas las variantes del sistema semiótico radiofónico: lenguaje radiofónico con equilibrio entre palabras, música y efectos sonoros; tecnología, silencio, recursos técnicos o expresivos de la producción sonora; oyente y su percepción radiofónica, en este caso, esencialmente los jóvenes. (pp. 57 - 89)

Este desarrollo de investigación acudido como antecedente, ayudó con información general sobre el discurso radiofónico, además que, por ser una tesis internacional, con un tipo de estructura diferente, aportó como una guía.

Como siguiente investigación, encontramos la tesis exhibida por Celeste María Estefany Becerra Gonzáles, titulada *Análisis del discurso radiofónico en el programa radial*

*“Vivamos Felices” de Radio Felicidad*, presentada ante la escuela académico profesional de ciencias de la comunicación de la universidad Cesar Vallejo de Lima en el 2017. El estudio que realizó fue de tipo aplicada porque se aplicó una ficha de observación y a través de ellos pudo medir la realidad específica del fenómeno a tratar, por otro lado, fue de enfoque cualitativo, puesto que la investigación busca identificar, describir e interpretar el rol del discurso radiofónico y analizar cada una de las dimensiones propuestas.

En esta investigación, a través de 7 programas continuos del programa “Vivamos felices”, y una síntesis de las fichas de observación por cada dimensión se obtuvieron los siguientes resultados más importantes: En la dimensión referencial, sobre el contenido; el programa cumple con despertar el interés público de la audiencia tratando temas y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, lo cual se puede comprobar con las llamadas que reciben, lo que hace de este un programa más dinámico. En esta ficha de observación no se ha observado un orden al tratar el contenido. Puesto que pasa de un tema a otro y posiblemente ha podido crear confusión al oyente. En la dimensión enunciativa, sobre la presencia del enunciador, se detecta que, de los principales conductores, solo está el Dr. Pérez Albela. El ítem personal como la presencia del enunciador se cumple cuando el trato entre las personas en cabina de radio es personalizado, un ejemplo de ello es cuando hacen mención de frases como “Ya pues Richard” y “Dr. Pérez Albela” “Pilar Paredes” quienes participaban del programa, permitiendo así, que el oyente identifique quiénes hablan detrás de los micrófonos. Así mismo, se cumple el ítem impersonal cuando dicen: “Su Radio Felicidad estará presente”, refiriéndose al conjunto de trabajo haciendo que inmediatamente el oyente identifique que emisora escucha. Finalmente en la dimensión estructural, sobre la parte interna, en las intervenciones, el conductor hace mención a una entidad, “Canal 13 Next TV” y a la “Revista Bien de Salud”. Esto sucede como máximo dos veces durante la última hora del programa. También se percibe el uso de seis canciones a lo largo del programa y además realizan un promedio de tres intervenciones con duraciones de 10 minutos entre consejos y entrevistas, siendo este extenso lo que podría provocar hostigamiento al oyente. El programa al ser de género musical-informativo, debe tener un equilibrio en el contenido. Una de las conclusiones a la que llega la autora en esta investigación, es que el discurso radiofónico en el programa que estuvo investigando, desarrolla los elementos básicos del lenguaje radiofónico permitiendo la contextualización de los mensajes, identifica a los personajes que participan y además, gracias a su variación, hace que contenido del programa sea más entretenido. (Becerra, 2017, pp. 27 - 66)

Este desarrollo de proyecto de tesis, aportó como base y guía de la estructura, pues aunque tiene un enfoque claramente distinto al presente proyecto a realizar, por ser el análisis de un programa radial de otro género, contiene información valiosa sobre la variable y sus dimensiones.

Otro desarrollo de investigación que hallamos, fue la tesis presentada por Ludy Carolina Toscano Vargas, titulada *Análisis del discurso radiofónico de los programas juveniles El Cartel y El mañanero de la Mega, emitidos durante marzo y abril de 2009*, exhibida ante la facultad de comunicación social – periodismo de la universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Del cual, además de analizar el discurso radiofónico, quiso identificar los códigos lingüísticos, establecer temáticas y determinar los principales mecanismos usados por estos programas radiales. El estudio realizado fue de tipo aplicada, pues se utilizó planillas de registro, y por otro lado fue de enfoque cualitativo, ya que esta investigación buscó identificar, describir e interpretar el análisis del discurso radiofónico. En esta tesis se realizó un análisis piloto con la emisión de cada programa radial conteniendo en las tablas la dimensión referencial y enunciativa, de los cuales se obtuvo los siguientes resultados: En la dimensión referencial, el 52 por ciento de los temas principales pertenecen a secciones ya establecidas del programa como Mega Infieles, Radio Perico Uyy, Mario Bronx, etc. El 14 por ciento de generalidades evidencia que los temas no contemplados dentro de las secciones no son escogidas con antelación, sino que surgen sobre la marcha. Por su parte las opiniones de la audiencia aunque siguen ocupando un lugar bajo, tiene un porcentaje tres puntos mayor como tema principal. En la dimensión enunciativa, los modos de presencia directa del destinatario ocupan más de las tres cuartas partes del consolidado de muestra, lo que sugiere que los realizadores prefieren establecer contacto con su audiencia mediante su discurso y que no es tan frecuente el proceso de homologación.

Una de las conclusiones a las que llega esta autora, es que, aunque los dos programas objeto de esta investigación, obedecen al mismo formato de Radio revista y persiguen los mismos intereses, hay diferencias de forma y contenido que saltan a la vista, una de las más relevantes es la manera en que se establece el vínculo entre locutores y oyentes; tanto El Mañanero con El Cartel tienen una relación cercana con su audiencia, sin embargo, los procesos comunicativos de cada programa son distintos, el primero de ellos promueve un trato

informal utilizando códigos lingüísticos comunes entre los jóvenes, mientras el segundo desdibuja ese marco de informalidad y pasa a la vulgaridad. (pp. 12 – 75)

Esta tesis presentada como antecedente, aportó con información tanto en conceptos básicos del discurso radiofónico, como también en la unidad de análisis, ya que, también trata de programas juveniles de entretenimiento, lo cual, a pesar de ser un proyecto internacional, me ayuda como una base, pues mayormente el análisis del discurso radiofónico no se ha dado en programas radiales de entretenimiento. Recalcando que la tesista mencionada, solo abarca dos dimensiones de las propuestas por las autoras Mata y Scarafía.

Como siguiente antecedemos, recurrimos a la tesis presentada por Linda Katherine Lovatón Flores, titulada *La aceptación del discurso radiofónico del programa Oh My Gachi en los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Juan Andrés Vivanco Amorín 1264-Ate, 2015*, presentada ante la facultad de ciencias de la comunicación de la universidad Cesar Vallejo de Lima. El estudio que realizó la tesista, fue de tipo simple, porque se basó en la medición de los atributos del fenómeno a investigar, por otro lado, fue de enfoque cuantitativo- deductivo, porque de los datos obtenidos de manera general, por medio del razonamiento lógico estadístico se explicó un hecho particular. Algunas de las conclusiones a la que llega la autora en esta investigación, es que el discurso radiofónico en el programa que estuvo investigando, desarrolla los elementos básicos del lenguaje radiofónico permitiendo la contextualización de los mensajes, identifica a los personajes que participan y además, gracias a su variación, hace que el contenido del programa sea más entretenido. En este proyecto de investigación se aplicó técnicas e instrumentos para la recolección de datos del programa Oh My Gachi, lo cual arrojaron los siguientes resultados más importantes: Con respecto a la dimensión referencial y su indicador Temas, en la encuesta aplicada a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Juan Andrés Vivanco Amorín, se establece que el 57,29% estuvo de acuerdo que los temas que se conversan en el programa radial Oh My Gachi resultan divertidos, mientras que el 5% consideró estar totalmente en desacuerdo. Y en la dimensión enunciativa del discurso radiofónico, se obtuvo que en la encuesta aplicada a los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Juan Andrés Vivanco Amorín, el 43,75 % consideró importante que el programa radial Oh My Gachi permita la participación del público oyente, el 23,96% se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10,42% totalmente en desacuerdo. A raíz de estos resultados, la autora llegó a las siguientes conclusiones: Los temas del programa Oh My Gachi son divertidos para el mayor porcentaje de los jóvenes



encuestados, y con respecto a la participación de la audiencia, también con un mayor porcentaje, considera importante que el programa Oh My Gachi permita la participación del público oyente. (pp. 57 - 89)

Esta tesis, a pesar de ser de enfoque cuantitativo aportó valiosamente con información sobre el discurso radiofónico, y sobretodo ayudó al ser de un programa de entretenimiento, pues dio una guía para la presente investigación donde también se analizará un programa de entretenimiento, ya que en la actualidad no hay muchas investigaciones en radios de ese género.

## **2.- Marco Teórico**

Antes de abordar nuestra variable o unidad temática queremos puntualizar temas como, mensaje, discurso y lenguaje, para que de esta manera podamos diferenciarla y definir a lo que discurso radiofónico se refiere.

Según Berlo (1984) “Hemos definido el mensaje como el producto físico verdadero del emisor - codificador. Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; cuando escribimos, lo escrito; cuando pintamos, el cuadro; finalmente, si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro, constituyen” (p.31).

De acuerdo con el autor, este concepto nos da una noción sobre mensaje, y enfocándonos en radio, también contamos con el siguiente aporte.

Cohen y Pereyra (2010) “En la radio el mensaje está pensado, producido, es decir preparado para ser expresado y salir al aire. Se planifica lo que se dice, se prepare, se mastica” (p.144).

Ya que se tiene estos conceptos básicos de lo que es mensaje, veamos la definición del discurso en sí:

Fontanille (2001) En su libro: *Semiótica del discurso* señala que:

“[...] El discurso es una enunciación en acto, y ese acto, en principio, es ante todo un acto de presencia humana, un cuerpo sensible que se expresa. [...]” (p.71).

Además de ello menciona lo siguiente, Fontanille (2001) “El discurso es, pues, una instancia de análisis donde la producción, es decir la enunciación, no podría ser dissociada de su producto, el enunciado” (p.75).

Otro autor que contribuye con otros conceptos del discurso es Alonso Covadonga López.  
Covadonga (2014)

[...] El discurso es un producto de interacción social, es una unidad de comunicación mediatizada por sus dimensiones social, lingüística, histórica, psicológica e ideológica. Ateniéndonos a esta última característica, el discurso, es un sistema de interpretación del mundo, un reflejo de las creencias, tensiones y enfrentamientos sociales que se instauran en la sociedad y la lengua muestra explícita o implícitamente esas representaciones compartidas por grupos o individuos que dan forma a la identidad social [...] (p.16).

De dicha mención hace referencia al uso de la lengua, y para dicha acción necesariamente debemos tener un lenguaje.

Pousa y Yaguana (2013) “Desde una conceptualización general se define por lenguaje al conjunto de sonido articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente” (p.53).

En el lenguaje, sin la existencia de un código o un conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, apenas podríamos hablar de comunicación, y del mismo modo, tampoco sería posible si no se dispone de un canal.

Berdasco (2014) Menciona lo siguiente con respecto al lenguaje: “El sistema de signos con los que el ser humano se pone en comunicación, es decir, es el sistema de signos con los que el ser humano manifiesta lo que piensa o siente, o aquello que quiere dar a entender en un momento determinado”(p.67).

En la radio al igual que en otros medios convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que entre otras cosas, tiene un lenguaje y un código.

Entonces, el lenguaje es un conjunto de signos con significados determinados producto de acuerdos, con normas gramaticales para la composición de estos. Mientras que el discurso sería un texto hecho de acuerdo a estas reglas del lenguaje, con un contenido que quiera indicar o expresar algo preciso.

## **Variable:**

### **El discurso radiofónico**

Para conocer las intenciones, el manejo y orientación de un programa radial de entretenimiento, debemos abordar el significado del discurso radiofónico. El discurso radiofónico todo aquello que se emite y desea comunicar a través de la radio; esta combina la palabra hablada, el cual es la base de todo lenguaje y construcción de un mensaje, junto con la música, efectos sonoros y también, el silencio.

Según Mata y Scarafía (1993)

El discurso radiofónico es mucho más que el contenido, que la estructura de un programa o el lenguaje. Analizar el discurso radiofónico es preguntarse de qué manera los emisores construyen con palabras y sonidos una realidad que ofrecen a sus receptores hecha información, música, entretenimiento, opinión propagandas. (p.9)

También podemos ver otras definiciones sobre el discurso radiofónico según otros autores.

Prieto y Amable (como se citó en Avilés, 2014) indican lo siguiente:

La delimitación conceptual de un discurso radiofónico apunta a reconocer ciertas tendencias de elaboración de mensajes, a la preferencia por ciertas estrategias, por determinados recursos expresivos por encima de otros; a la selección de ciertos temas, la exclusión de otros, la decisión de presentarlos desde enfoques particulares, ordenarlos y jerarquizarlos (p.116).

En la investigación de María Cristina Mata y Silvia Scarafía, en su libro “Lo que dicen las radios: Una propuesta para analizar el discurso radiofónico” ha sido tomada de referencia para el análisis del discurso radiofónico del presente proyecto.

Mata y Scarafía (1993) plantean el análisis de las siguientes dimensiones:

Para analizar el discurso radiofónico, tendremos en cuenta tres **dimensiones** fundamentales:

- Lo que se dice: aquello de lo que se habla. Esa es la **dimensión referencial** del discurso.
- Quiénes dicen y cómo se relacionan con aquellos a quienes hablan. Esa es la **dimensión enunciativa** del discurso.

- Cómo se organiza todo lo que se dice en una programación diaria y semanal. Eso es lo que denominamos **dimensión estructural** del discurso radiofónico (p.32).

El estudio de las dimensiones propuestas de un discurso radiofónico se enfoca desde aquello que se habla, quiénes lo dicen, el cómo se relacionan con el receptor, y cómo se organiza todo lo que se emite en una programación radial.

En la dimensión referencial del discurso radiofónico se analizan las referencias; el contexto que acompaña a lo que se habla. Bergua (1998) referente a la dimensión mencionada, en su ensayo: “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125).

Concordando e interpretando al autor; en radio, siempre se trata de ser lo más concreto posible para que la audiencia sienta que se refieren personalmente a cada uno de ellos, dándoles cierta confianza con el tipo de lenguaje que se emplea, y si hablamos del contexto; estableciendo un lazo con la realidad, tal como lo hace la programación radial que se analizará Zona de Amor de Radio La Zona.

A su vez, las autoras Mata y Scarafía (1993), aluden lo siguiente:

Muchas veces se equipará el significado con el referente, es decir, con el objeto al cual presenta. (...) No pasa directamente como un reflejo al plano del lenguaje o al discurso que lo representa, sino que siempre existe lo que se denomina un proceso de mediación (p.37).

Al referirse por proceso de mediación, quiere decir, analizar los mensajes, contrastarlo con la realidad y después de ello, interpretarlo. Ya que, así se puede establecer el enfoque que el emisor plantea y como resultado, la visión de la realidad que la audiencia asume.

Este presente proyecto de investigación comprende de secciones, lo cual se le designará como indicadores por cada dimensión propuesta para analizar. El primer indicador para la dimensión referencial que se elegirá, es el Contenido del programa, que trata de lo que se habla en cada bloque de la programación radial, el asunto o tema a tratar. Asimismo, cada indicador se divide en sub-indicadores, en este caso, Temas de interés, quiere decir si el tema presentado capta la total atención e interés del radioyente, y también la Variedad, que tan variado se presentan los temas en el programa radial para que no produzca hostigamiento o

fastidio en la audiencia, de lo cual se pueda lograr la popularidad en sintonía de un programa radial, que en este caso es el programa “Zona de Amor”.

Como segundo indicador, las Fuentes, se indica: Toscano (2009) “Son los lugares, instituciones o personas que proveen de información a los emisores, estas pueden encontrarse en el discurso de manera explícita o implícita” (p.31). Como fuentes explícitas, se refiere a las fuentes basadas en libros o expertos, mientras que las implícitas, a las fuentes de información a raíz de experiencias o conocimientos propios de una opinión.

Otra mención sobre las fuentes, lo tienen los autores Casero y López (2012):

Por una parte, las fuentes constituyen un componente básico del discurso mediático, con una potente capacidad de determinar el contenido y la orientación temática de la cobertura informativa. Y, por otro lado, el desarrollo de esta función constituye un criterio objetivo para analizar la calidad y el rigor profesional de la producción periodística (p. 2).

Otro punto que menciona el autor Toscano (2009) en su investigación *Análisis del discurso radiofónico de los programas juveniles El Cartel y El mañanero de la Mega, emitidos durante marzo y abril de 2009*, nos dice:

Los locutores frecuentemente obvian que internamente su labor como emisor incluye entre el plano referencial y el del discurso, sus propias nociones, sus creencias, puntos de vista y modos de conocer. Son ellos responsables de esa realidad discursiva que crean diariamente en sus sitios de trabajo (p.30).

En la programación a analizar “Zona de Amor” de Radio La Zona, el locutor, Gustavo Hernández, más conocido como “Chiki”, tiene varios años de experiencia en radio, y sus miles de seguidores y radioyentes confían en él, sin ser psicólogo o un especialista en temas amorosos y a pesar de que en su mayoría los consejos que da son puntos de vista.

Por otro lado, el siguiente indicador para analizar es la Temporalidad, pues el locutor tiene que ubicar el tiempo en que precisa los mensajes de su discurso. Ya que, esto va a permitir que radioyente se coloque en la realidad, como nos menciona Arroyo (2011) en su investigación para Magister Estudio comparativo de la superestructura de la cuña de la radio comercial frente a la electoral: “[...] La radio, como medio de comunicación que es, se desarrolla en el tiempo, y esa temporalidad condiciona el lenguaje de tal manera que afecta

a sus estructuras expresivas. Esa temporalidad lleva aparejada la linealidad, la irreversibilidad y la fugacidad [...]” (p.30).

Este indicador de temporalidad parafraseando a la tesista Becerra (2007), se divide en los siguientes sub-indicadores: Presentista, que se refiere al momento; que pasa en el presente; Retrospectiva, este es cuando lo que se dice, pasa en la actualidad como también, lo que pasó anteriormente; Prospectiva, esto quiere decir cuando se refiere al hecho a futuro, y por último, Diacrónica, cuando lo anunciado abarca los tres tiempos. (p.20)

Como segunda dimensión a analizar, tenemos a la dimensión enunciativa, del cual se hace referencia a la relación que existe entre el emisor y receptor. Del cual no se puede afirmar que son sujetos reales; sino de actores que utilizan el lenguaje, palabras, música, efectos sonoros e incluso del silencio para enunciarse. Según Mata y Scarafía (1993) “[...] en el discurso no encontramos a los sujetos reales, sino que encontramos lenguaje, palabras, un enunciado en el cual se representan sujetos” (p. 93).

En el programa “Zona de Amor” el locutor hace uso de la palabra con un estilo propio y jovial, pues el público objetivo a quien va dirigido, es propio de un lenguaje coloquial inculto y con utilización de jergas; pero además de ello, se puede afirmar que este no solo se relaciona e interactúa con sus oyentes a través de la palabra hablada, sino también junto a todo un contenido musical, efectos sonoros y silencios de acuerdo a lo que se desea transmitir.

Según Toscano (2009) “El análisis de la dimensión enunciativa consiste en identificar y describir de qué manera el discurso del enunciador toma importancia en el destinatario y las relaciones que se van formando entre estos dos sujetos” (p. 32).

En el programa Zona de Amor de Radio La Zona, todos interpretan el mensaje que se quiere dar de una sola forma, y esto se da propiamente debido al estilo que se maneja, el tipo de lenguaje que se manipula, esto claramente da a entender que la producción del programa mencionado, estratégicamente ya sabe y conoce al público a quien se dirige y por ello, evita utilizar un lenguaje culto o técnico ya que sería más difícil de entender y captar el mensaje que se quiere dar.

También es preciso indicar el tipo de intervención a la que se refiere, por ello lo hemos dividido en los siguientes indicadores: Intervención del enunciador desde el micrófono y Presencia la del destinatario como receptor.

El indicador de intervención del enunciador, significa a como el locutor se refiere al radioyente durante la emisión del programa. Este aspecto se dividirá en otros sub-indicadores, como, las Apelaciones, que quiere decir a cómo el locutor se dirige o presenta al destinatario, a través de convocatorias, llamadas, invitaciones, por lo general el locutor hace uso de muchas expresiones en cada una de sus menciones para referirse mejor a sus oyentes, también estarán las Preguntas, que son las interrogantes que realiza el locutor a la llamada entrante o para ser respondidas en las redes sociales; y el Lenguaje; lo que se refiere al tipo de lenguaje que utiliza el locutor, ya sea culto, coloquial o vulgar, el locutor tiene la potestad de manejar su léxico, y mayormente el tipo de lenguaje en radio, es coloquial.

Como indicador de presencia del destinatario, nos referimos a la manera de aparición y participación del destinatario; radioyente. Lo cual se dividió en los siguientes sub-indicadores: Personal, que significa que tanta confianza o que tan personal se refieren al locutor, Calificativos, se refiere a los calificativos que el oyente le da a la radio en las llamadas, como por ejemplo “Zona de Amor es el mejor programa” o “Las mejores canciones y consejos, se escuchan en Zona de Amor”; también estarán las Consultas, son las preguntas o intervenciones de acuerdo al tema tratado que el radioyente realiza a través de su llamada, y por último la Solicitud de canciones, que se refieren a las peticiones que hacen los oyentes con respecto a la música.

Finalmente en este análisis del discurso radiofónico, con respecto a la última dimensión, que es la estructural; permite un claro panorama del contenido de la programación. Es decir, que no nos estamos refiriendo a la estructura de toda una radio, sino de enfocarnos en un solo programa y sus divisiones según su enfoque en beneficio de su público objetivo, como por ejemplo el uso de la publicidad, las intervenciones y las canciones que emiten. El programa radial “Zona de Amor” de radio La Zona, posee una duración de 3 horas, de lo cual en este transcurso de tiempo se puede localizar, llamadas, canciones, hasta quizás ruidos; concordado con las autoras Mata y Scarafia (1993) referido a: “El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación” (p. 131).

En la dimensión estructural, se puede dividir en indicadores desde una perspectiva Interna, que manifiesta toda operación desde la propia radio, a este mismo lo dividimos en los

siguientes sub-indicadores: Las Menciones en vivo, lo cual se refiere a las menciones que se realizan de quienes costean el programa radial, también tendremos, las Canciones, la música que ya está programada para emitirse durante el programa y finalmente, los Ruidos aquello que no hace llegar una buena recepción del mensaje.

Como último indicador de la dimensión estructural, se enfoca desde la perspectiva Externa, aquello se refiere a todo lo que llega al programa radial, y de lo cual precisamos como sub-indicadores a los Anuncios publicitarios, aquellos que contratan espacios publicitarios en el programa radial y Llamadas, las que el radioyente realiza muy aparte del tema, como saludos u otro tipo de consultas.

También debemos mencionar que las autoras, Mata y Scarafia (1993) indican que:

“En su aceptación más amplia, es discurso todo lo que dice, no reproduciendo “el decir” a lo estrictamente verbal. [...] Según el lenguaje utilizado, podríamos discriminar diversos tipos de discursos dentro de una cultura dada. [...]” (p. 23).

En este punto mencionado por las autoras, es necesario abordar algunos conceptos fundamentales sobre el lenguaje radiofónico.

Berdasco (2014) señala el siguiente concepto para lenguaje radiofónico:

Es el conjunto de elementos que intervienen en l radio para crear imágenes. En principio estas imágenes son sonoras, auditivas, pero casi siempre estas imágenes se convierten en visuales en la mente del receptor. Podemos decir que las imágenes sonoras son estímulos que se transforma en representaciones visuales en el pensamiento del oyente (p.67)

Mientras que Berdasco (2014) citando al autor Balsebre (1994) en su libro *El leguaje radiofónico*, lo define como:

Conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los oyentes (p.67).



Este concepto de lenguaje radiofónico nos añade sus cuatro elementos, palabra, música, efectos sonoros y silencio, de los cuales indicaremos sus definiciones y características.

La palabra:

Berdasco (2014)

Es el elemento del lenguaje radiofónico que sirve para trasladar conceptos e ideas, pero también para generar imágenes auditivas, describir a la persona que hay en cada una de las voces y comunicar la actitud, el carácter e incluso los rasgos físicos del emisor y su contexto (p.70)

Otros autores como Pousa y Yaguana (2013), también definen lo que es, la palabra:

“Entendemos por palabra el conjunto de sonidos articulados que expresan una idea. Por su importancia, adquiere un valor mayor ante el resto de elementos del lenguaje radiofónico” (p.61).

Concordando con el autor, la palabra es el elemento más importante, pues es el conducto principal de la expresión, y no solo en radio, sino también en nuestro día a día. La palabra además se presenta en la redacción y en la locución.

Según Cebrián (2001)

“La radio mantiene su fuerza expresiva en las voces de relatores, protagonistas y testigos. Es la capacidad comunicativa oral con toda su riqueza fonética y paralingüística la que ejerce el atractivo. Contenido y voz son inseparables” (p.165).

Mayormente en los programas juveniles de entretenimiento, los locutores utilizan un lenguaje informal, alegre y jovial; hacen uso de palabras coloquiales y habitualmente utilizan las jergas, como método de acercarse o darle más confianza al radioyente.

Además un importante aporte del autor López (2005)

[...] las palabras que usamos cuando hablamos por radio tienen que ser sencillas. Que se entiendan sin diccionario. Que se entiendan a la primera [...] En los medios de comunicación masiva, el lenguaje sencillo resulta ser el más culto, es decir, el más adecuado para sintonizar con el gran público al que nos dirigimos. Cuando estamos ante una pantalla o detrás de un micrófono, no hablamos para una élite o un grupo de

expertos, ni siquiera para los colegas periodistas. Nuestros oyentes son la gente común y corriente, los ciudadanos y ciudadanas de a pie, el pueblo. (p.42)

Este mismo periodista cubano José Ignacio López Vigil (2005, pp.42 - 43), en su libro: *Manual Urgente Para Radialistas Apasionados*, puntualiza tres tipos de lenguaje en la palabra:

1. Lenguaje activo: Se refiere a las personas que usamos en nuestra vida diaria, en la calle, con nuestros familiares o amigos, etc.
2. Lenguaje pasivo: Son palabras que se conocen, que la gente puede entender e interpretar de manera adecuada, pero normalmente no las usan.
3. Lenguaje dominante: Las palabras que las personas no entienden, no conocen y por la misma razón no las usan.

El autor además indica, que en la radio el lenguaje más adecuado para utilizar, es el lenguaje activo, y también recomienda incluso, el uso de jergas, para poder llegar con facilidad al público.

De acuerdo a estos conceptos, en el programa a analizar, *Zona de Amor de Radio la Zona*, se utiliza el lenguaje activo, por lo mismo que es un programa de entretenimiento se utiliza un léxico coloquial inculto, haciendo también el uso de jergas debido a una estrategia y estilo de la programación radial.

Otro elemento del lenguaje radiofónico, es la música. Como menciona Berdasco (2014)

La música ocupa una posición muy relevante dentro del lenguaje radiofónico, puesto que supone el apoyo sonoro fundamental para los mensajes que se pretende transmitir. Acompaña al discurso, sugiere y recalca ideas y marca el ritmo. Sirve para ambientar, describir, narrar y expresar sensaciones y emociones que estimulan la imaginación del oyente y que contribuyen a la creación de sus imágenes mentales. (p.71)

De acuerdo con el autor la música cumple un papel muy importante en la radio, en el caso particular de Zona de Amor de Radio La Zona, se utiliza música de género baladas en español, inglés y además bachatas sensuales, pues la temática de sus emisiones radiales trata de temas sentimentales, y esto estimula al oyente recibir mejor el mensaje, con un ambiente propio del tema.

Siguiendo con los elementos del lenguaje radiofónico, encontramos a los efectos sonoros. Como señala el autor Berdasco (2014) “Los efectos sonoros son los sonidos, tanto naturales, como artificiales y digitales, que por su verosimilitud y correcta utilización nos permiten describir, ambientar, contextualizar, adornar, enriquecer, complementar una escena, un lugar, un mensaje, un programa de radio” (p.72).

En los programas radiales son frecuentes los efectos sonoros que se utiliza, pues se da con el fin de transmitir diferentes emociones; como es en el caso del programa Zona de Amor de Radio La Zona, para que la audiencia pueda sentir la energía, y emoción en cada emisión.

Por último y no menos importante elemento del lenguaje radiofónico, está el silencio, del cual tenemos la siguiente definición:

Cebrián, (2012)

Hay momentos de silencio entre la música, entre las palabras, entre los ruidos, o de silencio total de los componentes en un instante determinado. El silencio entra en la expresión radiofónica como un elemento más del lenguaje, Supone una elección. Y en la elección se encuentra la posibilidad artística, expresiva. (p.121)

Campos (2013), como menciona en su tesis *El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa Blanca en Vivo*, aporta el siguiente concepto sobre el discurso radiofónico: “como un constructo social, y culturalmente, geográficamente determinados y cuyo sentido se imprime y se interpreta con base en los referentes del productor y del intérprete” (p. 26).

Es así como en esta tesis, se precisa el concepto de este término como la estructuración y uso del lenguaje radiofónico que tiene como el correcto entendimiento del mensaje y además de ello, iniciar una relación con su público, tal como se ve en la programación radial de Zona de Amor de Radio la Zona.

La especialización del uso de los elementos del lenguaje da origen al discurso, es por ello que debe ser bien empleado cada elemento del mensaje radiofónico, pues eso da como resultado el buen entendimiento del mensaje que se transmite.

De estos análisis, como primera teoría abarcando la unidad temática sobre el discurso, se amolda a este desarrollo de proyecto de investigación la teoría del discurso de Van Dijk, quien plantea al discurso como estructura verbal con algunas propiedades del mismo, pues ya sea de manera oral o escrita, abarca criterios que establecen una tipología propia, la cual define clases de tipos de discursos. La mixtura de estos criterios, a su vez puede utilizarse para definir tipos de discurso o géneros, empleados por los componentes del lenguaje como por ejemplo, las conversaciones, los textos en publicidad, las noticias periodísticas escritas, y hasta un poema. Asimismo, Van Dijk plantea el estudio del discurso como parte que constituye en contextos local, global, social y cultural, y sugiere tres dimensiones: Lenguaje, comunicación e interacción.

Como una segunda teoría relacionada, encontramos la del proceso de comunicación escrita por el autor David K. Berlo. Que parafraseándolo, menciona que esta teoría de comunicación destaca a los cuatro atributos más importantes; fuente, mensaje, canal y receptor, y el cómo afecta la comunicación. Ya que en un medio de comunicación como la radio, la elaboración de los mensajes se fundamenta básicamente en qué es lo que se quiere transmitir y el objetivo del emisor; de lo cual esta teoría evalúa su funcionamiento (Berlo, 1984, p.18).

### **3.- Formulación del Problema**

#### **PROBLEMA GENERAL**

¿De qué manera se presenta el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona, Lima – Perú 2018

## **PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿De qué manera se presenta la dimensión referencial del discurso radiofónico en el programa entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?
- ¿De qué manera se presenta la dimensión enunciativa del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?
- ¿De qué manera se presenta la dimensión estructural del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?

### **4.- Justificación del Estudio**

Si hablamos de una emisión radial con tan alto índice de participación por parte del receptor, son pocas en un programa de entretenimiento juvenil, pues en la mayoría de casos, son en programaciones informativas, educativas y culturales, para que se pueda debatir ante un tema determinado o realizar una consulta a algún especialista que esté como invitado. Por ende es importante el análisis del discurso radiofónico en una programación donde la juventud es aconsejada por un locutor quien también vendría a ser un líder de opinión, ante temas tan sensibles, como es el amor, y problemas amorosos; por lo cual llaman los oyentes del programa “Zona de Amor” de Radio la Zona. Es por ello que el análisis de este proyecto identificará el tipo de comunicación en la programación su público objetivo, así como difusión correcta de su contenido. Pues la mayoría de contenidos en programas de entretenimiento solo permite al oyente entretenerse, más no aprender paralelamente, y esto se da debido a que en la actualidad no existe un proceso de producción comprometido con la audiencia, sino solo dedicado a vender.

El presente trabajo servirá para que futuras investigaciones tengan un referente sobre el discurso radiofónico y el análisis de sus diferentes dimensiones; también permitirá ofrecer información detallada en elementos tan esenciales para una emisión radial, la cual brindará una guía para que proyectos futuros de la misma emisora radial o de otros medios, puedan mejorar la construcción y correcto uso del lenguaje radiofónico, y recalcando que no

debemos brindar al oyente cualquier cosa que le guste, sino ofrecerle alternativas de distracción a los momentos monótonos del día a día , sin olvidar un objetivo de educación.

### **Relevancia**

El presente proyecto de investigación va a permitir mejorar próximos proyectos, pues se debe conseguir un alto progreso en el desarrollo del discurso radiofónico en todos los programas radiales, ya sea de entretenimiento o de otros géneros. De ese modo se identificará si el programa radial a analizar establece un vínculo con el radioyente o si a este le importa su programación y lo que se habla. Además considerando cada uno de los aspectos del discurso radiofónico, hará posible la evaluación del programa, desde el establecimiento del guion, hasta la ejecución del mismo. Cabe mencionar que hay pocas indagaciones con relación al tema, sobre todo en un programa radiofónico de entretenimiento en el país. Este profundo análisis, es sobre la relevancia del discurso radiofónico en una emisión radial y sus diferentes dimensiones, que se debe considerar a investigar para un mejor vínculo con la audiencia.

### **Contribución**

Este proyecto de investigación, manifestará lo relevante que es el discurso radiofónico en una programación radial para conseguir tanto una buena exposición, como una buena recepción del mensaje y en consecuencia el buen desarrollo y la aceptación de la programación radial. Todo ello va a conseguir que los proyectos radiales hechos a futuro cuenten con una guía de cómo construir un programa radial de entretenimiento además de ello, ayudará a otros estudiantes que quiera realizar una tesis con temas relacionados a lo que discurso radiofónico se refiere, pues es un estudio poco realizado en ámbito académico de ciencias de la comunicación en el país.

## **5.- Objetivos del trabajo de Investigación**

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo General:**

- Analizar la función que cumple el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.

#### **Específicos:**

- Describir de qué manera se presenta la dimensión referencial del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.
- Analizar la función que cumple la dimensión enunciativa del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.
- Describir de qué manera se presenta la dimensión estructural del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.

## **II.- MÉTODO**

### **2.1.- Diseño de Investigación**

#### **Tipo de estudio**

El proyecto de tesis por realizar será de tipo aplicada, porque se utilizará técnicas y herramientas para la recolección de información, de lo cual se busca conseguir conocimientos que nos lleven a solucionar un determinado problema. Se aplicará una ficha de observación y a través de ellos mide la realidad específica de un fenómeno. (Tam, Vera, Oliveros, 2008, p. 147)

También como señala Hernández, et al. (2014) “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 7).

#### **Enfoque**

Esta investigación será de enfoque cualitativo. Según Báez y Pérez (2007) “El objeto del método cualitativo es el conocimiento de la realidad. Y lo más habitual es que accedamos a ello a través del discurso” (p.37). En la presente investigación se busca identificar, describir e interpretar la función del discurso radiofónico en el programa radial “Zona de Amor” de Radio La Zona y analizar cada una de las dimensiones presentadas. Y de nivel hermenéutico según Coreth (1972, citado en Cárcamo, s.n), sostiene que el autor en cuestión define hermenéutica como "reconstrucción histórica y adivinatoria, objetiva y subjetiva de un discurso dado” (p. 32).

Además como mencionan los autores Arráez, Calles y Moreno (2006) “[...] entendemos la Hermenéutica como una actividad de reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en los diferentes contextos [...]” (p.5).

#### **Diseño**

El diseño es estudio de caso, pues mediante una muestra permitirá dejar ver características que desfavorezcan o beneficie de la variable a analizar; como indica Hernández, et al. (2006):



“(…) Analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría” (p. 224).

## **2.2.- Métodos de Muestreo**

### **Escenario de estudio**

En este proyecto de investigación, el escenario de estudio es el lugar donde se realiza el programa radial “Zona de Amor” de Radio La Zona, que es en la provincia de Lima, y en el distrito de San Isidro; exactamente en la Av. Paseo de la República 3866, dentro de la torre RPP.

### **Caracterización de sujeto**

El programa radial del presente proyecto de investigación “Zona de Amor” de Radio La Zona, es un programa de entretenimiento que se inició en el año 2013, con un público objetivo para hombres y mujeres desde los 8 a 35 años de edad. En esta programación radial no solo se emite un variado género musical de baladas en español – inglés y bachata, sino que presenta una temática sobre el amor.

Zona de Amor está conducido por Gustavo Hernández, más conocido como “Chiki”, comenzó su trayectoria desde los 12 años y que actualmente tiene 30 años de edad, quien da consejos sinceros a sus oyentes y también da la oportunidad de llamar a la persona que aman, ya sea para declararse, pedir perdón y por qué no, hacer una locura de amor. También participan todos los lunes diferentes artistas, quienes intervienen para aconsejar a los oyentes y consultas en llamadas. Esta programación se emite de 9 pm a 12 pm de lunes a viernes y convoca a la intervención del radioyente a través de las llamadas. Comúnmente se realiza un tema diferente por día, donde el “Chiki” contesta las llamadas y responde las dudas, consultas y se hace cómplice de las locuras de amor de su público.

Este programa con enfoque dirigido a las emociones, Zona de Amor, tiene como competencia a la radio Ritmo Romántica, con el programa “Entre la Arena y la Luna” con la conductora Blanca Ramírez, emitido de lunes a sábado, de 7pm a 12am., tratando también temas de amor y desamor; teniendo en cuenta que no tiene un formato juvenil de

entretenimiento, sino, de música romántica. Es por ello que el programa elegido a investigar fue “Zona de Amor”, pues a pesar de ser una radio dedicado al entretenimiento, tiene un espacio para tratar temas importantes como emociones y sentimientos de los seres humanos, además que, según CPI, compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública, Radio La Zona y “Zona de Amor”, lidera en rating y se encuentra en las primeras posiciones.

### **Plan de análisis o tratamiento**

En el presente proyecto de investigación, se realizará como un primer paso, elegir una emisión radiofónica factible, en este caso, el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona, que además de ser una radio de entretenimiento donde se emite música, incrementa una particular forma de interacción entre locutor y radioyente, a diferencia de otros programas radiales. Como segundo paso y después de elegir la emisión, se grabará el programa y se realizará un respectivo guion técnico, para lo que se evaluará mediante las tres dimensiones del discurso radiofónico: referencial, enunciativa y estructural; cuáles son los semblantes de este discurso que se deben tomar en cuenta, y que hace posible un espacio a esta programación en radios nacionales.

Luego de investigaciones correspondientes para este proyecto, como las nociones y puntos para estudiar el programa radial, además de los estudios realizados anterior entente tomados como antecedentes, y las teorías que abarca y se relacionan con el proyecto, se definirá la forma y fondo del programa “Zona de Amor” de Radio La Zona. Después de lo ya mencionado, se ejecutará el instrumento de ficha de observación, lo cual va a permitir tener un enfoque más claro sobre lo que se dice, cómo se dice y a quienes se dirige en una radio. Se hará un seguimiento de 30 a 45 minutos de programa de dos días, tomando así, esta cantidad como una muestra para un mejor análisis y así conseguir la información necesaria que responda a nuestra problemática. Pues si analizamos la teoría de la semana compuesta, de José Carlos Lozano, en su libro “Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales”, donde el seguimiento de 7 días de la semana equivale a un 22% del universo, podemos decir, que en el caso de la programación radial de “Zona de Amor” ya tiene un estilo en su estructura establecido, por lo cual, solo se escuchó toda la semana de emisión y se eligió los dos días con mayor rating según la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C.(CPI).

### **Validación del instrumento**

El presente proyecto de investigación obtuvo la opinión de seis expertos concernientes al tema de discurso radiofónico, quienes, luego de revisarlo, validaron el instrumento propuesto, de modo satisfactorio. Los expertos que aprobaron el instrumento de este proyecto de investigación fueron:

Chuima Vargas José Jesús, Magíster quien labora en la universidad César Vallejo, UNMSM y UCALLAO.

Smith Corrales César Augusto, Magíster quien labora en la universidad César Vallejo y en USMP.

Pérez Osorio Jeanette, Magíster quien labora en la universidad César Vallejo y en la universidad Privada del Norte

Monge Mongrut Martha, Licenciada en comunicación de la universidad UNMSM.

López Vega Juan, Magíster en población, comunicación y desarrollo sustentable de la universidad San Martín de Porres.

Sotomayor García Víctor Orlando, Licenciado en ciencias de la comunicación de la universidad San Juan Bautista.

Además, para la validación de la ficha de observación en el presente proyecto a realizar, se utilizará la fórmula del coeficiente de V de Aiken, lo cual demostrará que la validez del instrumento es de suma confianza.

### **Confiabilidad del instrumento**

Para la confiabilidad del instrumento, se aplicó la del coeficiente V de Aiken en el programa Excel, el cual arrojó un 94 %, lo que quiere decir un porcentaje significativo donde se infiere que el instrumento; la ficha de observación es sumamente confiable.

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN					
Cualitativo					
Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	0	2	67%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					97%

- **COEFICIENTE DE V DE AIKEN**

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

SI= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)

### 2.3.- Rigor Científico

El presente proyecto de investigación ha recolectado diferentes tipos de información sumamente confiables, como antecedentes de diversas de tesis que han sido aprobadas; además de publicaciones respaldadas. Teorías de la comunicación que sustentan el proyecto de investigación, y además el instrumento validado por expertos relacionados al tema de investigación.

## **2.4.- Análisis cualitativo de los datos**

El instrumento manejado en el presente proyecto de investigación será la ficha de observación que va a permitir el desarrollo de los sub indicadores desglosados de cada indicador de las tres dimensiones propuestas del discurso radiofónico, con el propósito de tener puntualmente los elementos manejados del programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio la Zona.

Para establecer los indicadores de cada una de las tres dimensiones establecidas, nos apoyamos en el cuadro propuesto por ALER (1993), las autoras Mata y Scarafía en un si libro, *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*, quienes primero puntualizan las dimensiones que se estudiará y sus conceptos. Para la realización de la ficha de observación, se pondrá en funcionamiento la técnica de observación, según Hernández et al. (2006) indica que “la observación por parte de quien realiza el estudio es fundamental al ser una investigación cualitativa” (p. 409). Se ha buscado la información tanto en libros físicos como en libros virtuales, y páginas web de internet, los cuales fueron verificados por un filtro digital. Del mismo modo se tomó en cuenta los puntos mencionados del cuadro de observación que participan en el estudio del programa radial.

## **2.5.- Aspectos Éticos**

En la presente investigación, su elaboración ha recopilado las averiguaciones con datos esenciales en base a libros, tanto físicos como virtuales de páginas web de internet, los que valieron para ser citados cada uno en estilo Appa y así poder argumentar el proyecto de investigación. Además que el presente proyecto pasará por la prueba de turnitin, para prevenir todo tipo de plagio, y que esta investigación sea confiable.

### III.- DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

Mediante el seguimiento de dos días de programa con fecha de 18 y 19 de setiembre del 2018, realizando por cada uno de ellos, el guion técnico respectivo, se plasmó en la ficha de observación del cual se obtuvieron los siguientes resultados:

#### Guion 1

#### Radio La Zona 90.5 FM

**Programa:** Zona de Amor  
**Fecha:** 18/09/2018  
**Duración:** 3 horas  
**Tiempo de pauta:** 45 min  
**Tema:** Infidelidad  
**Locutor:** "Chiki"

Operador	Audio	Tiempo
-	Cuña de entrada	15''
Fondo musical	Loc: "Gente como están! Hoy martes tenemos un tema que va a sacar chispas: Cómo descubrir a una persona infiel" Hoy tenemos psicólogo en vivo, además vamos a tener hasta un detective. ¡Atentos! Esta noche en Zona de Amor. Vamos a empezar el programa, bueno, como ya es habitual, en esta primera parte con mensajes en nuestro whatsapp. Quieres enviar un mensaje para tu pareja, tu enamorada, un amigo especial, tu novio, tu hermanita, a quien tú desees. Whatsapeame en este momento, envíame audio al 941802192, 941802192 envíanos un audio, tu nombre, el nombre de la otra persona y dejas allí un mensaje bonito y lo sacamos al aire. Empezamos esta noche con Zona de Amor, por radio La Zona."	1' 10''
	CANCIÓN creo en ti – Reik	4'
	PUBLICIDAD	2'
Fondo musical y efectos	Loc: "Si te cuento cuántos mensajes tengo en el whatsapp, es una locura! Vamos con el primer mensaje que ha llegado esta noche a radio La Zona"	11''
Audio de Whatsapp	"Hola La Zona, mi nombre es Rosa, quiero enviarle un mensaje a mi mamá Arminda Arias. Mami, quiero que sepas que te amo demasiado y que voy a salir adelante por ti y por mi hijo. Los amo demasiado"	13''
	Loc: "Qué bonito mensaje, vamos con otro más aquí en Zona de Amor"	5''
Audio de Whatsapp	"Hola Chiki buenas noches, te saluda Antonio Orihuela, bueno, mi mensaje es para Estefany León Cantú, una chica hermosa que conocí aquí en el trabajo. Bueno decirle que la amo mucho desde el primer día que la conocí y espero que amanezca para	25''

	poder estar a su lado y decirle lo mucho que la amo. Saludos Chiki, un abrazo.”	
Fondo musical y efectos sonoros	Loc: “Bien Antonio! Pero son pareja o no son pareja? Porque eso... desde que la vi por primera vez haha... no sé si ella te va a creer! Siguiente mensaje ”	12”
Audio de Whatsapp	“Hola Chiki, eh... mi nombre es Ruth. Este mensaje va para mi pareja, que es el amor de mi vida, que ya llevamos 4 años juntos, decirle que lo amo, que es una persona muy especial para mi, que es lo mejor que me ha pasado en la vida, y decirle que es mi todo, que lo amo demasiado demasiado demasiado, que no dude del amor que le tengo, quizás me equivoqué, pero ahora quiero que él sepa que es una persona tan especial para mi y decirle que lo amo.”	49”
Fondo musical	Loc: “Gracias también por enviar tu mensaje, tú también puedes hacerlo... ah todavía tenemos más! Vamos con otro mensaje! Otro audio, esta noche en radio La Zona”	11”
Audio de Whatsapp	“Hola Chiki buenas noches! Bueno quiero mandar un mensaje para mi esposa Janeth y para mi hija Estrella Azul, quiero decirles que son el amor de mi vida y desde que me casé con Janeth pues he sido muy feliz. Así que quiero decirles que las amo. Así que saludos Chiki! Un saludo pa’ radio La Zona.”	20”
Fondo musical	Loc: “Y felicitaciones! No siempre hay que ser detallistas, tener un mensaje bonito para la pareja cuando hay problemas, y creo que no los hay. Bueno... un fuerte abrazo! Vamos con el último mensaje en esta primera parte de Zona de Amor”	18”
Audio de Whatsapp	“Buenas noche Chiki, yo quiero enviar un mensaje para mi mejor amiga que se llama Rosmery, que ahora está escuchando la radio también en su casa, decirle que la quiero mucho como a una hermana, que a pesar que no sea de mi misma sangre y no lleve mi apellido, decirle que la amo un montón porque gracias a ella he podido tomar decisiones que me han ayudado. Te agradezco mucho! Le agradezco mucho por apoyarme y por siempre estar a mi lado en las buenas y en las malas. Gracias, besos! ”	31”
	“Seguimos esta noche en radio La Zona, con Zona de Amor”	3”
	PUBLICIDAD	2’
	CANCIÓN Todavía - Matisse	3’ 56”
	Cuña de Zona de Amor	5”
	CANCIÓN Dile al amor - Aventura	4’5”
Fondo musical y efectos sonoros	Loc: Vamos a continuar... ahora sí nos vamos al fijo! Vamos a dejar el WhatsApp, si quieres participar de nuestro programa nos llamas al fijo. Cuál es? Y apunten por favor o agendenlo, El 012121055, 012121055 para poder participar esta noche del programa. Y más adelántela gente infiel! Agárrense y escuchen lo que tenemos!	29”
	CUÑA del programa	22”
Llamada telefónica	Loc: Hola Buenas noches! Oyente: Aló Loc: Hola! Cómo te llamas?	

	<p>Oyente: Hola Chiki, me llamo Juan. Voy a poner un nombre, no voy a decir mi nombre ya?</p> <p>Loc: Ya vacán Juan, pero baja el volumen de la radio porque sale un eco terrible. De qué parte del Perú Juan?</p> <p>Oyente: Acá en Lima</p> <p>Loc: Juan baja tu volumen por favor... Cuéntanos!</p> <p>Oyente: Yo cuando me fui a Europa ya ehh... me fui por 35 años de matrimonio de mis padres. Entonces me quedé tres meses por allá, Pasaron los meses y estaba mi pareja me dijo para terminar todo...</p> <p>Loc: A ver... no entiendo... O sea, tu pajera que estaba en Perú te dijo para terminar por lo que tú te quedaste tres meses en Europa?</p> <p>Oyente: Claro no, porque me estaba yendo de vacaciones...</p> <p>Loc: Ya... Ahora mi pregunta es ¿Estando lejos de Perú, estando tres meses en Europa... tú sientes que la descuidaste?</p> <p>Oyente: No! Era una relación bonita. Yo tengo dos hijos que son cool, son chéveres... hemos vivido una relación normal. Pero cuando mis padres me invitaron y todo ya... me fui no! Pero me enteré que ella estaba con otra pareja.</p> <p>Loc: Anda! O sea, estando tú en Europa, te enteraste que tu pareja que estaba en Perú, te estaba siendo infiel?</p> <p>Oyente: Exacto...</p> <p>Loc: Asu... Qué tal decepción y que tal impotencia porque estando lejos también no?</p> <p>Oyente: Claro, por eso me vine y toda mi familia me dijeron, quédate acá, estudia tu alemán, estudia todo y una carrera técnica... pero no dije! Tengo dos hijos y voy a ver no? Aclarar mi problema...</p> <p>Loc: Y terminaste con ella?</p> <p>Oyente: Eh... no porque al final le di una oportunidad y se puso más peor la cosa...</p> <p>Loc: Bueno... por eso toda la vida yo repito y hay gente que dice que estoy loco por eso repito a cada rato que la infidelidad no se perdona! Porque ya no hay confianza. Ya a ver... tú perdonaste la infidelidad, la flaca se ha vuelto peor, a que te refieres peor? Más infiel?</p> <p>Oyente: No, no, no, se ha puesto mandona, un problemón, me fui a la comisaria... Entonces ahora estamos separados sabes, y ahora me pide perdón, discúlpame, por tus hijos...</p> <p>Loc: Bueno! A ver... eso de por tus hijos es la típica de muchas personas para que les puedan perdonar una infidelidad. Tú tienes ahí la última palabra Juan, pero nosotros toda la vida peleamos esa frase, o sea, de los seis años que tenemos al aire con este programa Radio La Zona, siempre decimos que la infidelidad no se perdona. Juan, tu tiene ahí la última palabra, mucha Suerte!</p>	3'23"
	<p>Loc: Vamos a continuar... Bien, hay gente que me está... en el instagram sobre todo y en el face "Chiki no toques el tema del infiel! No hables de eso" ¿Cómo descubrir una infidelidad,</p>	10"



	como descubrir a una o un infiel! En el próximo bloque, aquí en radio La Zona y en Zona de Amor	
	CANCIÓN que quieres de mi – Luis Fonsi	4' 57''
	PUBLICIDAD	2'
	CANCIÓN Si fuera fácil – Matisse	3' 32''
	Loc: Gente! Ahora si a levantar todo el volumen de la radio, porque aquí van a tener que caer hartos infieles, hartas infieles! Bueno, él es de casa, nuestro psicólogo, Martín Zurita. Buenas noches Martín.	7''
	Invitado1: Sí, buena noches con todos los oyentes	2''
	Loc: Y segunda vez que nos va a acompañar Alexander Carasas, el detective por si acaso, el hombre que para siguiendo a los infieles, tomando la foto, el videíto para que caiga! Si o no, Alexander.	5''
	Invitado2: Hola Chiki, así es, buenas noches a todos.	2''
	Loc: Bueno, tenemos que hablar un montón de infieles, tácticas, mañas, si quieres participar, llámanos al 012121055. A ver... vamos con la pregunta primero para el detective. Alexander, cuáles serían señales que pueden delatar la infidelidad de tu pareja?	10''
	Invitado2: Bueno, existen diferentes señales sinceramente... eh por ejemplo pues, perfume en el hombre o la mujer según sea el caso, o se mete al baño! Ya he escuchado muchas veces por ahí, alguien que me repite a cada rato. Te metes al baño, te demoras en salir, agarras tu celular y ves que tu pareja está en línea en whatsapp. Que hace con el celular en el baño... Bueno, este viene del trabajo muy feliz de repente, te da un abrazo, como si estuviera de repente, quizás tapando algo. De repente de un momento a otro está feliz porque recibió la llamada ganadora como se dice, o la conciencia sucia. Así es.	1'
	Loc: Martín, en terapia.... Señales que delatan la infidelidad de tu pareja, a parte del celular; a parte que puede venir muy feliz tu pareja, te abraza, te dice te amo, como nunca...	8''
	Invitado1: También a veces baja la frecuencia sexual... a veces, yo tengo chicas que se quejan, no mi esposo, mi pareja que convive ya no me busca, ni siquiera me toca, no me desea. Entonces son preguntas no? Cómo era la calidad de la relación antes de. No es que era normal, pero ahora ya no me busca, o me descalifica también no... oye mira estás gorda, no te ves bien. Entonces ya como dicen no, está con la cabeza caliente. O de repente era descuidado, no se arreglaba y de repente ahora se arregla, no? Bastante perfume... Cuando la casa se arregla es porque visita quiere recibir...	40''
	Loc: jajajaja... Vamos con llamada al aire! Hola La Zona?	4''
	Llamada: Epa! Chiki, te habla Osvaldo Rojas! Tu pana venezolano... Mira, yo quiero contar mi historia...	5''
	Loc: Osvaldo cómo estás? Qué es lo que nos quieres compartir esta noche?	3''

	Llamada: Bueno amigo mío, que yo digo que la infidelidad como tal, viene siendo por la falta de cariño y atención, tanto de parte del hombre hacia la mujer, o de la mujer hacia el hombre...	10''
	Loc: A ver un ratito Osvaldo... Qué tan cierto es lo que dice Osvaldo, Alexander y Martin?	5''
	Invitado2: Bueno, yo si te refuto mi hermano, sabes por qué? Porque tú puedes tener a tu lado de repente a la mejor de las mujeres, no sé, modelo que sé yo... pero igualito cuando el hombre quiere ser infiel o la mujer quiere ser infiel, igualito te lo va a ser, por más que tenga a la mujer perfecta o al hombre perfecto al lado.	17''
	Loc: No, pero lo que dice acá Osvaldo, es cuando la mujer deja de atender al hombre o viceversa...	8''
	Invitado2: Existen diferentes factores, no necesariamente ese...	3''
	Loc: Osvaldo, tienes algo que decir?	2''
	Llamada: Sí pues, me gustaría saber si es cierto, porque yo veo que a mí me dejan de atender las cosas que me gustan en mi hogar, o sea, tocaría ya plan B, buscar alternativa de tal manera de satisfacer la necesidad que tienes...	10''
	Invitado1: Es algo que yo siempre explico, o sea, cuando hablamos de infidelidad, que hay de dos tipos de infieles, el ocasional y el compulsivo. El compulsivo, para el ser infiel es como tomar un vaso de agua, normal, no hay remordimiento, hay un serio problema de personalidad, cero empatía, entonces estamos hablando de un problema de principios y valores, que es algo grueso. Y el ocasional se da porque muchas veces, yo encuentro en consulta que hay algunas carencias dentro de la relación. Ojo, no es la justificación, porque al final, si tú eres maduro o asertivo, se comunica esas carencias dentro de la relación, pero no se puede meter todo en un mismo saco, no?... La atracción puede estar en el ser humano, pero otra cosa es la acción. Entonces acá estamos hablando de un problema de asertividad en el infiel ocasional...	1'15''
	Loc: Cómo descubrir a una persona infiel? Llámanos a nuestro teléfono fijo 012121055, para opinar, para contar una experiencia, alguna pregunta, inquietud. Tenemos al detective que es Alexander Carasas y nuestro psicólogo, Martin Zurita, esta noche, aquí en radio La Zona y en Zona de amor!	15''
	PUBLICIDAD	2'

UNIDAD DE ANÁLISIS	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	DESCRIPCION
<b>DISCURSO RADIOFÓNICO</b>  <b>PROGRAMA:</b> <b>“ZONA DE AMOR “ DE RADIO LA ZONA</b>	<b>DIMENSIÓN REFERENCIAL</b>  (Bergua (1998) “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125).  En este punto se hace referencia a lo que se habla.	<b>CONTENIDO DEL PROGRAMA</b>  (Es el asunto o tema a tratar en el programa)	<b>VARIADO</b>  (qué tanta variedad de temas existe en el programa)		x	
		<b>FUENTES</b> (son los lugares, instituciones, personas o situaciones que proporcionan información a los emisores, en este caso al locutor)	<b>EXPLÍCITAS</b> (fuentes basadas en libros o expertos)	<b>Basado en Libros</b>		
				<b>Basado en Expertos</b>	x	Psicólogo Martín Zurita  Detective Alexander Carasas
			<b>IMPLÍCITAS</b> (fuente de información a raíz de experiencias o conocimientos propios de una opinión)	x		Aconseja a los radioyentes con lo que él cree de acuerdo al tema tratado, tal como se apreciaba en los primeros 45 minutos “por eso toda la vida yo repito que la infidelidad no se perdona”.
		<b>TEMPORALIDAD</b>  (en qué tiempo se precisa los mensajes del discurso)	<b>PRESENTISTA</b> (referido al momento; que pasa en el presente)		x	
			<b>RETROSPECTIVA</b> (cuando lo que se dice pasa en la actualidad como también pasó anteriormente)		x	
			<b>PROSPECTIVA</b> (Se refiere al hecho a futuro)		x	
			<b>DIACRÓNICA</b> (cuando lo anunciado abarca los tres tiempos)	x		El tema tratado sobre “Infidelidad” es una situación que sobreexiste en el tiempo.
		<b>INTERVENCIÓN DEL ENUNCIADOR</b>  (A como el locutor se refiere al radioyente durante la emisión del programa)	<b>APELACIONES</b> (cómo el locutor se dirige o presenta al destinatario, a través de convocatorias, llamadas, invitaciones)	x		En los primeros 45 minutos del programa podemos verificar apelaciones como: “si quieres participar, llámanos al 012121055”.
			<b>PREGUNTAS</b> (las preguntas que realiza el locutor a la llamada entrante o para ser respondidas en las redes sociales)	x		De acuerdo a la historia contada por el oyente, el locutor hace las preguntas al respecto y concordando con el tema.
			<b>LENGUAJE</b>  (tipo de lenguaje que utiliza el locutor)	<b>Culto</b>		x
				<b>Coloquial</b>	x	Es informal a la hora de dirigirse a su público y además hace uso de jergas. Como se apreciaba en el segundo bloque del programa: “Gente! Ahora si a levantar todo el volumen de la radio, porque aquí van a tener que caer hartos infieles”
				<b>Vulgar</b>		x

		<b>PRESENCIA DEL DESTINATARIO</b> (La manera de aparición y participación del destinatario)	<b>PERSONAL</b> (que tanta confianza o que tan personal se refieren al locutor)	x		El radioyente muestra familiaridad hacia el locutor tuteándolo y veces dándole calificativos positivos.
			<b>CALIFICATIVOS</b> (los calificativos que el oyente le da a la radio en las llamadas)		x	
			<b>CONSULTAS</b> (las preguntas o intervenciones de acuerdo al tema tratado que el radioyente realiza a través de su llamada)	x		El oyente llama para contar su historia y hace preguntas de acuerdo al tema tratado. "Infidelidad"
			<b>SOLICITUD DE CANCIONES</b> (las peticiones que hacen los oyentes con respecto a la música)		x	
<b>DISCURSO RADIOFONICO</b>  <b>PROGRAMA:</b> <b>"ZONA DE AMOR"</b> <b>DE RADIO LA ZONA</b>	<b>DIMENSIÓN ESTRUCTURAL</b>  (Mata y Scarafía (1993) "El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación" (p. 131).	<b>INTERNA</b>  (manifiesta toda operación desde la propia radio)	<b>MENCIONES EN VIVO</b> (Las menciones en vivo que costean el programa radial)		x	
			<b>CANCIONES</b> (La música que ya está programada para emitirse durante el programa)	x		Emiten canciones a lo largo del programa.
			<b>RUIDOS</b> (Los ruidos que hacen llegar una mala recepción del mensaje)		x	
	<b>DIMENSIÓN ESTRUCTURAL</b>  (Mata y Scarafía (1993) "El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación" (p. 131).	<b>EXTERNA</b> (se refiere a todo lo que llega al programa radial)	<b>ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b> (Aquellos que contratan espacios publicitarios en el programa radial)	x		Hay anuncios publicitarios de aproximadamente 2 minutos.
			<b>LLAMADAS</b> (las llamadas que el oyente realiza muy aparte del tema, como saludos u otro tipo de consultas)	x		En este caso, se envía audios por WhatsApp que lanzan al aire. Como se presenta en los primeros minutos del programa.

## **INTERPRETACIÓN**

### **Dimensión Referencial**

El programa “Zona de Amor” de radio La Zona, con dimensión referencial, no cumple con el sub indicador variado, pues solo cuenta con un tema por programa, sin embargo la audiencia, participa día a día.

En el indicador fuentes, además de contar con la opinión del locutor, también cuenta con referencias explícitas por parte de expertos. Según Becerra (2017) “[...] genera mayor credibilidad y obtiene voto de confianza entre sus oyentes porque sabende dónde viene el contenido” (p.39).

Sobre la temporalidad, presenta el sub indicador diacrónica, pues en los mensajes del discurso, comentan que la infidelidad es un comportamiento que existe desde la antigüedad, actualmente, y a futuro.

### **Dimensión Enunciativa**

Abarcando la dimensión enunciativa, e intervención del enunciador, el programa Zona de Amor de radio La Zona presenta apelaciones que permita hacer el programa más dinámico, incentivando a la participación del oyente. Tal como nos menciona Cebrián (2012) “[...] No es un diálogo escrito sino exclusivamente sonoro en el que siempre aparece la voz del periodista con la finalidad de preguntar [...]” (p.203).

También cuenta con el sub indicador preguntas, lo cual evidencia un vínculo entre el enunciador y el destinatario.

Sobre el lenguaje empleado por el locutor, se encuentra el coloquial, por lo mismo que es un programa de entretenimiento y resulta ser más adecuado: Según Cebrián (2012) “Es el vocabulario considerado como común y usual [...] Consecuentemente se huye del vocabulario situado en los dos extremos, es decir, el científico- técnico y el vulgar y de jerga” (p.174).

Sobre la presencia del destinatario, se muestra el sub indicador personal, lo cual se interpreta que el radioyente se siente familiarizado con el locutor (Chiki). Como menciona Vargas (2009)

“Los locutores suelen ser, generalmente, simpáticos, relajados [...] Habla con las mismas palabras que ellos para ser entendido, y toca los temas que a ellos les interesa” (p. 50)

Lo que se refleja en la confianza que le da el radioyente y lo cual da paso a lo que son las consultas de la audiencia.

### **Dimensión Estructural**

Sobre la dimensión estructural interna, no presenta menciones en vivo y tampoco el sub indicador ruido, lo cual permite llegar con claridad el mensaje radiofónico. Además presenta canciones a lo largo del programa, en cada bloque y/o después de la publicidad emitida, con género mayormente balada y bachatas.

Sobre la dimensión estructural externa, se muestra los sub indicadores de anuncios publicitarios que fueron 4 en los primeros 45 minutos del programa, los cuales con una duración de aproximadamente 2 minutos.

También se encontró el sub indicador llamadas, a lo largo de la emisión del programa, tanto de varones como mujeres, lo cual refleja dinamismo e interacción dentro del programa “Zona de Amor” de radio La Zona.

## Guion 2

### Radio La Zona 90.5 FM

**Programa:** Zona de Amor  
**Fecha:** 19/09/2018  
**Duración:** 3 horas  
**Tiempo de pauta:** 40 min (Mitad de programa)  
**Tema:** La dependencia al celular  
**Locutor:** "Chiki"

Operador	Audio	Tiempo
Fondo musical	Loc: En el próximo bloque, nuestro tema de hoy miércoles! Mi pareja siempre para pendiente de su celular. Esta noche, aquí en Zona de Amor. Mientras, vamos al aire, hola La Zona?	17''
	Llamada: Hola Chki?	2''
	Loc: Qué tal? Estás en la combi?	3''
	Llamada: Qué tal! No, estoy saliendo de clases y estaba escuchando la radio y ya pues, decidí llamarte...	7''
	Loc: Qué bonito! Cuál es tu nombre?	4''
	Llamada: Eh... mi nombre es Mayra	4''
	Loc: Hola Mayra, de qué parte del Perú Mayra?	5''
	Llamada: Soy de aquí de Lima	3''
	Loc: Qué tal! Cuéntanos, a que se debe tú llamada Mayra?	5''
	Llamada: Mira Chiki, mi llamada es porque... Yo tengo a mi mejor amiga y yo la quiero muchísimo, se llama Daniela... desafortunadamente está en una relación demasiado tóxica y a mí me enoja mucho verla como sufre porque el desgraciado de su enamorado le pone los cuernos, la engaña y lo peor de todo es que ella sabe y a pesar de eso lo perdona, sigue con él, y lleva 3 años a su lado no lo pudo creer que siga al lado de ese patán. Porque en realidad es un patán y mi amiga no se merece eso. Por eso quisiera esta noche ayudarla, o que tú me ayudes a convencerla a que cambie de opinión y que lo deje para que pueda ser feliz con alguien que realmente sí la merezca.	1'7''
	Loc: Ya... escucha... de repente la flaca está recontra templada. Pero qué, tu quieres que la llamemos o qué?	10''

	Llamada: Claro sí! Si es posible llamarla no hay ningún problema yo estoy dispuesta a hacer todo por ella..	8''
	Loc: Escucha... la flaca puede estar ciega... hay alguna prueba, video, foto donde ella pueda comprobar que realmente el pata la ha engañado?	15''
	Llamada: Si supieras todas las cosas que le han dicho y las pruebas que le han mostrado, es más! En una oportunidad una de las tantas chicas con las que le ha engañado le envió conversaciones de WhatsApp, a su Facebook, o sea, e serio y a pesar de eso ella o reaccionaba, no reacciona en realidad. Le han enseñado fotos, videos de él juergueando con otras chicas en la disco, y aun así sigue allí con él...	40''
	Loc: Ya... Vamos a llamar a Daniela en este momento... Mayra su mejor amiga, ya no sabe cómo hacerle entender de que no siga con el enamorado. El enamorado le ha sacado la vuelta un montón de veces! Hay pruebas, hay videos y la flaca es terca... sigue con este pata... ojalá que tengamos suerte Hola?	30''
	Llamada2: Aló?	1''
	Loc: Hola Daniela como estás buenas noches qué tal? Te habla Chiki de radio La Zona, estamos en vivo en este momento Daniela...	8''
	Llamada2: Hola Chiki!!!! Cómo estás? Por qué se debe ese milagro?	6''
	Loc: Daniela, bueno, estamos en la radio y tú tienes una mejor amiga que se llama Mayra verdad?	8''
	Llamada2: Si?	1''
	Loc: Ya... Mayra está aquí y ha llamado a radio La Zona... y tiene unas palabras esta noche! Mayra, adelante!	10''
	Llamada: Hola Dani cómo estás? Lo que pasa es que llamé a la radio porque en realidad tu sabes que yo te quiero mucho y que quiero siempre lo mejor para ti... entonces como estamos al aire y que escuchen todas las personas, quiero que sepas que yo te quiero mucho y que quiero ayudarte, quiero ayudar a que seas feliz, a que estés bien y que encuentre a una persona que realmente te valore, que realmente te merezca y que de una vez abras los ojos y dejes a ese patán que tienes como pareja, que tú sabes todo el daño que te ha hecho...	1' 10''
	Llamada2: Qué? Qué estás hablando?	2''
	Llamada: Sí amiga... Cómo de qué estoy hablando... tú más que nadie lo sabe, sabes todo el daño que te ha hecho y el daño que te sigue haciendo...	7''
	Loc: A ver Daniela... a ver un ratito voy a meterme. Yo no quiero que te sientas mal Daniela, no hemos dicho al aire tu apellido, que parte del Perú eres, tampoco, porque de repente lo puedes tomar como que estás pasando vergüenza a nivel nacional... y no! Nadie sabe ni tu apellido, ni que haces, ni donde trabajas, no lo sabemos. Solo que Mayra está preocupada y por eso que ha llamado a radio La Zona, dentro de su preocupación te quiere ayudar y espero que lo tomes de esa manera, si?	1' 5''
	Llamada2: Por qué se va a preocupar ella...	2''



	Llamada: Me preocupo porque soy tu amiga, porque te quiero y porque quiero lo mejor para ti... quiero que estés en una relación buena, bonita...	15''
	Llamada2: Pero yo estoy bien, yo soy estable, yo estoy tranquila	5''
	Llamada: Amiga tu sabes que esa relación no es buena, que te hace daño, cuántas veces te ha hecho llorar ese desgraciado...	12''
	Llamada2: Tú lo único que haces es meterte, eres una envidiosa, tú siempre has tenido envidia de mi relación.	9''
	Llamada: No lo hago por meterme Dani, tu sabes que yo te quiero mucho...	7''
	Loc: Bien... vamos a tener que cortar... eh Daniela yo espero que no lo tomes a mal, yo soy un poco cómplice de haberte llamado por parte de Mayra. Simplemente ahora antes que te vayas a descansar piensa las cosas, piensa un poquito y valora lo que tu mejor amiga está haciendo por ti, ella está preocupada, porque sabe toda la situación en la que tú te encuentras y no lo niegues porque hay un montón de pruebas. En el aire Zona de Amor por radio La Zona. Y en el próximo bloque que tenemos?	42''
	CUÑA	12''
	CANCIÓN Yo te voy a amar - NSYNC	4'33''
	CANCIÓN Dime si no es amor – Alex Ubago	4' 17''
	Loc: Esta noche nos va a acompañar por primera vez, la psicóloga Valentina Campos! Para hablar de este tema que genera discusiones en la familia, en la pareja. Esta noche, en Zona de Amor! Aplausos para Valentina	20''
	Invitada: Buenas noches	2''
	Loc: Valentina. Tú eres psicóloga. Cuántos casos te llegan por problemas de estar usando el celular?	9''
	Invitada: Ralamente en los últimos tiempos se ha incrementado no... una situación que ha empezado primero desapercibida y es más, compartida en la relación y termina agudizándose no... con un problema donde no se pueden mirar a los ojos ya durante mucho tiempo, no conversan de las cuestiones cotidianas, la actividad sexual disminuye y muchas otras situaciones se van presentando en la vida de la pareja.	35''
	Loc: Y todo a consecuencia de la tecnología...	4''
	Invitada: Todo a consecuencia de una situación que se supone fue descubierto, motivada a usar para la mejora de la vida del ser humano...	12''
	Loc: Claro, porque hace 10 años nadie tenía sus celulares con internet; ahora está el acceso a todo el mundo y toda la gente para pendiente del face, del WhatsApp...	17''
	Invitada: Claro! Y cada vez tiene más aplicaciones y que genera más necesidades aparentes no... pero termina teniendo una consecuencia nefasta en la relación de pareja y no solamente en la relación de pareja, en las familias centralmente...	30''
	Loc: Bien... si tú tienes este problema porque me imagino que mucha gente lo tiene... problemas con la pareja porque para todo el día en el celular? Llámanos! Cuéntanos tu historia, tenemos psicóloga en vivo Valentina Campos te puede	46''

	aconsejar, te puede orientar. Participa llamándonos al teléfono fijo al 012121055 o nos puedes enviar audio a nuestro WhatsApp 941802192... Valentina, y como saber cuándo ya es un problema eso que estás todo el día con la pareja... cómo darse cuenta?	
	Invitada: Fíjate tú que empiezan los temas cuando en una conversación ya tu pareja pone el celular delante de ti donde él está viéndola constantemente, y detienen la mirada ocasionalmente a este aparato... o suena un mensaje e inmediatamente tiende a contestar a ver que pasó, o mucho más! Cada cinco minutos verifica si algo está pasando ahí.	37''
	Loc: Claro... de repente hay un like más en el Facebook... alguien te Watsappeo...	8''
	Invitada: Eso es, tratan de estar... es más se sienten inseguros totalmente cuando se olvidaron el celular, entran en pánico cuando se les acaba la batería o no encuentran el enchufe...	19''
	Loc: Vamos con llamada al aire! Hola La Zona?	7''
	Llamada1: Hola!	2''
	Loc: Hola que tal? Tu nombre y de que parte del Perú?	7''
	Llamada1: Eh... me llamo Rosangela y llamo de Lurín	6''
	Loc: Desde Lurín! Cuántos años tienes Rosangela?	6''
	Llamada1: 19	2''
	Loc: 19! A ver. Te escuchamos Rosangela!	5''
	Llamada1: Mira, yo tengo mi enamorado, ya estamos 4 años... hemos pasado muchas cosas, pero desde que empezó a instalarse esas aplicaciones las cosas han cambiado, ni bien llego yo a saludarlo me dice "espérate, espérate, espérate" y se dedica a estar ahí en el whatsapp, no me responde, le hablo y es como si estuviera hablando con la pared porque él está metido en su teléfono y no me presta atención ni nada...	43''
	Loc: Bien vamos a escuchar que te dice nuestra psicóloga Valentina! Qué deberías hacer o como deberías reaccionar en ese momento, porque tú ya me imagino que has hablado con él?	20''
	Llamada1: Sí ya hable con él y todo eso, pero me dice que le tenga paciencia, que a veces sus amigos le escriben y ahora hasta contraseña le ha puesto... ya no sé qué pensar tampoco	22''
	Loc: Vamos a escuchar que te dice Valentina...	5''
	Invitada: Rosangela, fíjate que después de 4 años de relación, esta relación que se te presenta ahora, es un dictador de algo que probablemente ya haya estado sucediendo y no te has percatado no, que se hace evidente ahora mucho más con el celular. Y si bien es cierto hay ese problema pues es hora de afrontarlo, de buscar ayuda. Si él no puede controlar, ya se está convirtiendo en un vicio probablemente. Bueno si bien es cierto no está tipificado como tal en el manual de psiquiatría no, si tiene un trastorno de autocontrol, la regulación para manejar aparatos tecnológicos. Entonces como pareja de repente orientar a la ayuda profesional para mejorar no solamente la relación, sino también la situación emocional en la que se	2'12''

	encuentra él. Que por qué está teniendo un apego a estos elementos, que está haciendo falta en su vida personal que lo lleva a estar conectado más ahí, que con los seres humanos.	
	Loc: Para todo el Perú, Zona de Amor, en radio La Zona.	7''
	PUBLICIDAD	2'

UNIDAD DE ANÁLISIS	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	DESCRIPCIÓN
DISCURSO  RADIOFÓNICO  PROGRAMA: “ZONA DE AMOR “ DE RADIO LA ZONA	DIMENSIÓN REFERENCIAL (Bergua (1998)  “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125).  En este punto se hace referencia a lo que se habla.	CONTENIDO DEL PROGRAMA (Es el asunto o tema a tratar en el programa)	VARIADO (qué tanta variedad de temas existe en el programa)		x	
		FUENTES (son los lugares, instituciones, personas o situaciones que proporcionan información a los emisores, en este caso al locutor)	EXPLÍCITAS (fuentes basadas en libros o expertos)	Basado en Libros		
			IMPLÍCITAS (fuente de información a raíz de experiencias o conocimientos propios de una opinión)	Basado en Expertos	x	Psicóloga Valentina Campos
					x	Aconseja a los radioyentes con lo que él cree
					x	de acuerdo problema que cuentan en sus llamadas en vivo, tal como se aprecia en los primeros 40 minutos del segundo bloque “ Daniela yo espero que no lo tomes a mal, yo soy un poco cómplice de haberte llamado por parte de Mayra. Simplemente ahora antes que te vayas a descansar piensa las cosas, piensa un poquito y valora lo que tu mejor amiga está haciendo por ti...”
		TEMPORALIDAD (en qué tiempo se precisa los mensajes del discurso)				El tema sobre la dependencia al celular se viene dando recién en la actualidad con el avance tecnológico.
			PRESENTISTA (referido al momento; que pasa en el presente)			
			RETROSPECTIVA (cuando lo que se dice pasa en la actualidad como también pasó anteriormente)		x	
			PROSPECTIVA (Se refiere al hecho a futuro)		x	
DISCURSO  RADIOFÓNICO  PROGRAMA: “ZONA DE AMOR “ DE RADIO LA ZONA	DIMENSIÓN ENUNCIATIVA  Toscano (2009) “El análisis de la dimensión enunciativa consiste en identificar y describir de qué manera el discurso del enunciator toma importancia en el destinatario y las relaciones que se van formando entre estos dos sujetos”. (p. 32).	INTERVENCIÓN DEL ENUNCIADOR (A como el locutor se refiere al radioyente durante la emisión del programa)	DIACRÓNICA (cuando lo anunciado abarca los tres tiempos)		x	
			APELACIONES (cómo el locutor se dirige o presenta al destinatario, a través de convocatorias, llamadas, invitaciones)	x		A lo largo del programa podemos verificar apelaciones como: “problemas con la pareja porque para todo el día en el celular? Llámanos! Cuéntanos tu historia ”.
			PREGUNTAS (las preguntas que realiza el locutor a la llamada entrante o para ser respondidas en las redes sociales)	x		De acuerdo a la historia contada por el oyente, el locutor hace las preguntas al respecto y concordando con el tema.
			LENGUAJE Culto		x	
			(tipo de lenguaje que utiliza el locutor)			Es informal a la hora de dirigirse a su público y además hace uso de jergas. Como se aprecia en el segundo bloque del programa: “Ya... escucha... de repente la flaca está recontra templada”.

				Vulgar		x	
		<b>PRESENCIA DEL DESTINATARIO</b> (La manera de aparición y participación del destinatario)	<b>PERSONAL</b> (que tanta confianza o que tan personal se refieren al locutor)	x			El radioyente muestra familiaridad hacia el locutor tuteándolo y veces dándole calificativos positivos.
			<b>CALIFICATIVOS</b> (los calificativos que el oyente le da a la radio en las llamadas)		x		
			<b>CONSULTAS</b> (las preguntas o intervenciones de acuerdo al tema tratado que el radioyente realiza a través de su llamada )	x			El oyente llama para contar su historia y hace preguntas de acuerdo al tema tratado. "La dependencia al celular"
			<b>SOLICITUD DE CANCIONES</b> (las peticiones que hacen los oyentes con respecto a la música)		x		
<b>DISCURSO RADIOFONICO PROGRAMA: "ZONA DE AMOR DE RADIO LA ZONA"</b>	<b>DIMENSIÓN ESTRUCTURAL</b> (Mata y Scarafía (1993) "El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación" (p. 131).	<b>INTERNA</b> (manifiesta toda operación desde la propia radio)	<b>MENCIONES EN VIVO</b> (Las menciones en vivo que costean el programa radial)		x		
			<b>CANCIONES</b> (La música que ya está programada para emitirse durante el programa)	x			Emiten canciones a lo largo del programa.
			<b>RUIDOS</b> (Los ruidos que hacen llegar una mala recepción del mensaje)		x		
		<b>EXTERNA</b> ( se refiere a todo lo que llega al programa radial)	<b>ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b> (Aquellos que contratan espacios publicitarios en el programa radial)	x			Hay anuncios publicitarios de aproximadamente 2 minutos.
			<b>LLAMADAS</b> (las llamadas que el oyente realiza muy aparte del tema, como saludos u otro tipo de consultas)	x			En este caso, se envía audios por WhatsApp que lanzan al aire. Como se presenta en el primer bloque del programa.

## **INTERPRETACIÓN**

### **Dimensión Referencial**

El programa “Zona de Amor” de radio La Zona, sobre la dimensión referencial no presenta el sub indicador de variedad, en el contenido del programa, pues solo presenta un tema en las 3 horas de emisión. Sin embargo, cada tema del día, es de entretenimiento para el oyente. Según Rincón (2006)

El imperio del entretenimiento, mirado críticamente, ha producido un individuo bien extraño: superficial, excitable y al mismo tiempo amorfo, indiferente al valor de la memoria humanista. Es incluso un nuevo tipo antropológico. Ignorante, poco reflexivo e inculto. Arrastrado por los remolinos del entretenimiento y por eso mismo distraído de la urgencia de los problemas sociales (p. 43).

Concordando con el autor, también cuestiono los programas que solo se enfocan al entretenimiento y no ofrecen cultura a la sociedad, pues este tipo de programas radiales aleja al ser humano de la realidad.

En el indicador fuentes además de contar con la opinión del locutor, también presenta referencias explícitas por parte de un experto. Como menciona Casero y López (2012)

Por una parte, las fuentes constituyen un componente básico del discurso mediático, con una potente capacidad de determinar el contenido y la orientación temática de la cobertura informativa. Y, por otro lado, el desarrollo de esta función constituye un criterio objetivo para analizar la calidad y el rigor profesional de la producción periodística (p. 2).

Lo cual al tener información con fuente explícita, genera mayor confianza en la audiencia. Sobre la temporalidad, muestra un sub indicador presentista, pues el tema tratado sobre la dependencia al celular, es una conducta que recién se ha dado en la actualidad.

## **Dimensión Enunciativa**

Abarcando la dimensión enunciativa, e intervención del enunciador, el programa Zona de Amor de radio La Zona presenta apelaciones, lo que permite hacer el programa más dinámico, incentivando a la participación del oyente.

Tal como nos menciona Cebrián (2012) “[...] No es un diálogo escrito sino exclusivamente sonoro en el que siempre aparece la voz la voz del periodista con la finalidad de preguntar a los portadores de información, coordinar [...]” (p.203).

También cuenta con el sub indicador preguntas, lo cual evidencia un vínculo entre el enunciador y el destinatario. Sobre el lenguaje empleado por el locutor, se encuentra el coloquial, por lo mismo que es un programa de entretenimiento y resulta ser más adecuado. Para el periodista José Ignacio López Vigil (2005) “Lenguaje activo: Se refiere a las personas que usamos en nuestra vida diaria, en la calle, con nuestros familiares o amigos, etc”. (p.42)

Concordando con el autor, en la radio el lenguaje más conveniente para utilizar, es el lenguaje activo, en otras palabras, lenguaje coloquial, para poder llegar con facilidad al público.

Abarcando la presencia del destinatario, se muestra el sub indicador personal, lo cual se interpreta que el radioyente se siente familiarizado con el locutor (Chiki). Como menciona Cebrián (2012) “El lenguaje radiofónico es, ante todo, de comunicación directa. Un lenguaje vivo, de ritmo adecuado, que rechaza las voces lánguidas. Es precisamente la personalidad de la voz [...]” (p. 180) Estas características hace que se refleje en la confianza que da el radioyente al locutor, y lo cual da paso a lo que son las consultas de la audiencia.

## **Dimensión Estructural**

Sobre la dimensión estructural interna, no presenta menciones en vivo y tampoco el sub indicador ruido, lo cual permite llegar con claridad el mensaje radiofónico. Además presenta canciones a lo largo del programa, en cada bloque y/o después de la publicidad emitida, con género mayormente balada y bachatas.

Sobre la dimensión estructural externa, se muestra los sub indicadores de anuncios publicitarios que fueron 2 en 42 minutos del segundo bloque de la emisión radial, los cuales son con una duración de aproximadamente 2 minutos por publicidad. También se encontró el sub indicador llamadas a los largo de la emisión del programa, tanto de varones como mujeres, lo cual refleja dinamismo e interacción dentro del programa “Zona de Amor” de radio La Zona.

## **IV.- DISCUSIÓN**

Después de emplear el instrumento, siendo este una ficha de observación; obtuvimos los resultados, y encontramos que el discurso radiofónico del programa Zona De Amor de Radio La Zona, permite el entendimiento del mensaje y la interacción con el público objetivo. Una de las teorías relacionadas que recurrimos en esta investigación, fue la teoría del discurso propuesta por Van Dijk, el cual afirma tres dimensiones, la primera es el uso del lenguaje, la segunda, el discurso como suceso de comunicación y la tercera es la interacción verbal. De este análisis, las autoras Mata y Scarafía crean su propio método de análisis a partir de las técnicas analíticas del discurso propuesta por Van Dijk. Una segunda teoría a la que recurrimos, fue la del proceso de comunicación propuesta por David K. Berlo, la cual indica cómo la fuente, el mensaje, canal y receptor afectan la comunicación, y esto nos ayudó a identificar, en este caso, cómo la dimensión referencial, enunciativa y estructural,



considerando además los elementos del lenguaje radiofónico, hace posible la edificación del discurso radiofónico.

En la recaudación de la información utilizada para ejecutar el marco teórico, se encontraron tesis relacionadas a nuestra variable, discurso radiofónico, y que se utilizó como guía para desarrollar el actual trabajo de investigación, asimismo permitió la inmediatez del objeto de estudio orientado en el discurso y lenguaje. Es preciso señalar que debido a las múltiples perspectivas que tuvieron los tesis y autores anteriores con respecto al tema, para el investigador, fue complejo determinar el punto de inicio para el análisis del discurso radiofónico, de modo que se estableció estudiarlo de modo comunicativo.

También hubo complicaciones al precisar la variable, pues son escasas las indagaciones al respecto, por esta razón, se designó realizar una reconstrucción teórica, y se puntualizó cada palabra detalladamente, para dar un mejor concepto. Además, las investigaciones que preceden a este trabajo, tomaron como medidas finales, el uso del lenguaje radiofónico como parte del discurso, concordando en algunos los indicadores dentro de la dimensión referencial y enunciativa, indicando que el uso de estos, hace que el mensaje radial sea de mayor claridad para el oyente.

Finalmente, al comparar los resultados de dichas investigaciones, establecimos que la descripción e interpretación fueron diversas, pues la mayoría de trabajos antecesores eran sobre formatos radiales no enfocados al entretenimiento. También descubrimos que cada antecedente utilizado tiene los elementos del lenguaje radiofónico en dos dimensiones; y por otro lado, en el marco estructural del programa radial, no se tomó en cuenta el número de veces que se utiliza, lo cual hizo que se investigue con la misma importancia de las demás dimensiones, la segmentación adecuada del programa con relación a los elementos, por lo que contribuye una nueva orientación a investigar dentro del ámbito estructural. Como último punto, hallamos una semejanza en el estudio de la intención final del programa radial, concordando en que son un medio de información, lo cual quiere decir, que deben contribuir en beneficios a la humanidad.

## **V.- CONCLUSIONES**

De los resultados conseguidos de la ficha de observación se llegó a las siguientes conclusiones:

a. El discurso radiofónico del programa de entretenimiento “Zona de Amor” de radio La Zona, utiliza también los componentes del lenguaje radiofónico lo cual permite además de la contextualización de los mensajes, identificar a los actores que se encuentran dentro de la emisión radial, tanto el locutor como el oyente y a pesar de no tener una variación de temas por programa, sigue teniendo el respaldo de su audiencia.

b. Sobre la dimensión referencial presentada en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona, se concluye que esta adapta al radioyente en el discurso del emisor, considerando los temas que optan al tratarse de un programa de entretenimiento, además de tener alto índice de confiabilidad incluso si solo se tratase de una fuente implícita, pues el locutor del programa es muy acogido por su público; además de ubicarse en un tiempo real, donde el emisor pueda comprender cada uno de sus mensajes.

c. Sobre la dimensión enunciativa del programa “Zona de Amor” de Radio La Zona, concluimos en su análisis, que identifica y equilibra a los sujetos que participan en el programa radial, pues a diferencia de otros programas, Zona de Amor en particular, tiene una gran interacción tanto del enunciador, como del destinatario lo cual hace posible hallar el grado de relación que existe entre ellos.

d. Concluyendo sobre la descripción de la dimensión estructural en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona, es que registra los elementos que participan en la estructura del programa radial, y esto en base a todo lo que se escucha en la radio, desde los aspectos internos, como las menciones en vivo, las canciones programadas y el ruido que se emite, hasta los aspectos externos, como los anuncios publicitarios y llamadas del oyente; y tomando en cuenta diversas fechas de programa, nos percatamos que estos factores no varían, por lo que estratégicamente podría acertar en el posicionamiento del oyente, sin embargo también pueden utilizar y aprovechar de la audiencia para mostrara empresas el alto índice en rating y poder vender sus espacios publicitarios.

## RECOMENDACIONES

- a) Como observación general, se recomienda utilizar cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico, pues este, forma parte importante del discurso, haciendo que el mensaje pueda ser comprensible para el radioyente, y así poder llegar al objetivo de liderar en la preferencia del público.
- b) Sobre las referencias, se recomienda que el enunciador, siempre recurra a fuentes que respalden el mensaje y no solo utilice su criterio, para que el radioyente pueda certificar la información y exista mayor credibilidad. Y con respecto a los temas que se emiten, también se debería optar por propuestas de edu-entretenimiento.
- c) Se recomienda siempre amenizar el trato de emisor a receptor, para que este sienta familiaridad, tanto con el locutor como también con el programa y así pueda seguir eligiéndolo, logrando alcanzar la preferencia de la audiencia. Además de concientizar al enunciador, pues, este además es un líder de opinión que no solo puede aconsejar, sino también influir y originar un cambio en sus oyentes, ya sea de forma positiva o negativa.
- d) Teniendo en cuenta que el programa radial “Zona de Amor” de radio La Zona, ya tiene un estilo en su estructura, se recomienda tener siempre un orden en la segmentación de bloques y contenidos, además de los tiempos y recursos a utilizar. Además de siempre pensar ante todo en la sociedad y público objetivo, en brindarle un programa no solo de entretenimiento, sino también educativo, que aporte algo bueno a la humanidad, y no solo pensar en crear un fin de lucro.

## REFERENCIAS

Arroyo, M. (2011). Tesis: Estudio comparativo de la superestructura de la cuña de radio comercial frente a la electoral. Universidad de Sevilla. España: Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/26847>

Arráez, M y Moreno, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>

Avilés, C. (2014). Radio Estatal y ciudadanía. Tensiones, articulaciones y contradicciones en torno al rol de la radio de propiedad estatal en San Salvador de Jujuy. Recuperado de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/37162/Documento\\_completo.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/37162/Documento_completo.pdf?sequence=3)

Báez, J y Pérez, T. (2007). Investigación cualitativa. España: ESIC Editorial.

Balsebre, A. (1994). El Lenguaje Radiofónico. España: Madrid.

Becerra, C. (2017). Análisis del discurso radiofónico en el programa radial “Vivamos Felices” de Radio Felicidad. Universidad César Vallejo. Perú: Lima. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1884/Becerra\\_GCME.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1884/Becerra_GCME.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Berdasco, Y. (2014). *Comunicación radiofónica*. España: Centro De Estudios Financieros

Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Argentina: El Ateneo.

Campos, M. (2013). Tesis: El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa Blanca en vivo. Universidad Nacional de México. México: DF. Recuperado en: <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707265/0707265.pdf>

Casero, A. & López P. (2012). La evolución del uso de las fuentes informativas en el periodismo español. Recuperado en: [http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions\\_cd/ok/311.pdf](http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/311.pdf)

Cebrián, M. (2012). *Información en radio*. Editorial: SINTESIS. España: Madrid.

Cohen, D y Pereyra, M. (2010). *Lenguajes de la radio*. Argentina: Editorial Brujas.

Coreth, E. (1972). *Grundfragen der Hermeneutik*. Traducido en 2016. Alemania: Herder Editorial.

Covadonga, A. (2014). *Análisis del discurso*. España: Editorial Síntesis.

Díaz, L. (2012). Teorías de la comunicación. Recuperado de:

[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teorias de la%20 comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teorias_de_la%20comunicacion.pdf)

Fontanille, J. (2001). Semiótica el discurso. Universidad de Lima: Fondo Editorial.

Guarinos, V. (2009). Manual de narrativa radiofónica. España: Editorial Síntesis.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2014). Metodología de la investigación. (5ta ed.). México: McGraw-Hill.

Herrera, M. (2010). Tesis: Análisis del lenguaje radiofónico en el programa el mundo de los niños de la emisora colmundo de Bucaramanga. Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga. Colombia: Bucaramanga. Recuperado de:

[https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1381/digital\\_19913.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1381/digital_19913.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Huidobro, J y Loque, J. (2014). Comunicación por radio, tecnología, redes y servicios de radiocomunicaciones. El espectro electromagnético. México: Alfaomega.

Lovatón, L. (2015). Tesis: La aceptación del discurso radiofónico del programa Oh My Gachi en los jóvenes de 15 a 17 años del colegio Juan Andrés Vivanco Amorín 1264-Ate, 2015. Universidad César Vallejo. Perú: Lima.

López, J. (2014). Manual Urgente para radialistas apasionados. Recuperado de:

[https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)

Lozano, J. (1994). Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales. Recuperado de

[ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=download&ID=1360&N=1](http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=download&ID=1360&N=1)

Mata, C. & Scarafía, S. (1993). Lo que se dicen de las radios, una nueva propuesta para analizar el discurso radiofónico. Quito: ALER.

Pousa, X, y Yaguana, H. (2013). La radio, un medio de evolución. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Rincon, O. (2006) Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Recuperado:

<https://docs.google.com/file/d/0B0yi4jHRh1wjU1NZUllkQkNrbzQ/edit?pli=1>

Tam, J., Vera, G. y Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación. Revista de la Escuela de Posgrado. Recuperado en:

[http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_mo\\_dela\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_mo_dela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)

Toscano, L. (2009). Tesis: Análisis del discurso radiofónico de los programas juveniles El Cartel y El mañanero de la Mega, emitidos durante marzo y abril de 2009. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Colombia: Bucaramanga. Recuperado de:

[https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/624/digital\\_18305.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/624/digital_18305.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vargas, N. (2009). El Mañanero y La Cama ¿La voz de los jóvenes? Análisis de los programas matutinos de las emisoras juveniles. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5251/tesis200.pdf?sequence=1>



# ANEXOS

## **MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Variable	Problema general	Problemas Específicos	Objetivo general	Objetivos Específicos	Supuesto	Dimensiones	Indicadores	Sub Indicadores
Discurso Radiofónico	¿De qué manera se presenta el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona, Lima – Perú 2018?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera se presenta la dimensión referencial del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?</li> <li>• ¿De qué manera se presenta la dimensión enunciativa del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?</li> </ul>	Analizar la función que cumple el discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir de qué manera se presenta la dimensión referencial del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.</li> <li>• Analizar la función que cumple la dimensión enunciativa del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.</li> </ul>	El discurso radiofónico en el programa radial “Zona de Amor” de Radio La Zona permite una relación entre sujetos de manera hablada y el verdadero entendimiento de sus mensajes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>REFERENCIAL</b> (Bergua (1998) “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125). En este punto se hace referencia a lo que se habla.</li> <li>- <b>ENUNCIATIVA</b> (Toscano (2009) “El análisis de la dimensión enunciativa consiste en identificar y describir de qué manera el discurso del enunciador toma importancia en el destinatario y las relaciones que se van formando entre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contenido Del Programa</li> <li>- Fuentes</li> <li>- Temporalidad</li> <li>- Intervención Del Enunciador</li> <li>- Presencia Del Destinatario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variado</li> <li>- Explícitas</li> <li>- Implícitas</li> <li>- Presentista</li> <li>- Retrospectiva</li> <li>- Prospectiva</li> <li>- Diacrónica</li> <li>- Apelaciones</li> <li>- Preguntas</li> <li>- Lenguaje</li> <li>- Personal</li> <li>- Calificativos</li> <li>- Consultas</li> <li>- Solicitud de canciones</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera se presenta la dimensión estructural del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018?</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir de qué manera se presenta la dimensión estructural del discurso radiofónico en el programa de entretenimiento “Zona de Amor” de Radio La Zona Lima – Perú 2018.</li> </ul>		<p>estos dos sujetos”. (p. 32).</p> <p>- <b>ESTRUCTURAL</b> (Mata y Scarafía (1993) “El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación” (p. 131).</p>	<p>- Interna</p> <p>- Externa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menciones en vivo</li> <li>- Canciones</li> <li>- Ruidos</li> <li>- Anuncios publicitarios</li> <li>- Llamadas</li> </ul>
--	--	--	--	---	--	---	-----------------------------------	--

## **MATRIZ OPERACIONAL**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Subindicadores
DISCURSO RADIOFÓNICO	<p>Es todo lo que se emite a través de la radio. Según las autoras Mata y Scarafia (1993)</p> <p>El discurso radiofónico es mucho más que el contenido, que la estructura de un programa o lenguaje. Analizar el discurso radiofónico es preguntarse de que manera los emisores construyen con palabras y sonidos una realidad que ofrecen a sus receptores hecha información, música, entretenimiento, opinión, propagandas (p.9)</p>	<p>El discurso radiofónico se presenta en toda emisión radial, pero cada una con diferentes características en sus elementos; de acuerdo al estilo del programa.</p>	<p>- <b>REFERENCIAL</b> (Bergua (1998)  “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125).  En este punto se hace referencia a lo que se habla.</p> <p>- <b>ENUNCIATIVA</b> (Toscano (2009) “El análisis de la dimensión enunciativa consiste en identificar y describir de qué manera el discurso del enunciador toma importancia en el destinatario y las relaciones que se van formando entre estos dos sujetos”. (p. 32).</p>	<p>- CONTENIDO DEL PROGRAMA</p> <p>- FUENTES</p> <p>- TEMPORALIDAD</p> <p>- INTERVENCIÓN DEL ENUNCIADOR</p> <p>- PRESENCIA DEL DESTINATARIO</p>	<p>- Variado</p> <p>- Explícitas</p> <p>- Implícitas</p> <p>- Presentista</p> <p>- Retrospectiva</p> <p>- Prospectiva</p> <p>- Diacrónica</p> <p>- Apelaciones</p> <p>- Preguntas</p> <p>- Lenguaje</p> <p>- Personal</p> <p>- Calificativos</p> <p>- Consultas</p> <p>- Solicitud de canciones</p>

			<p>- <b>ESTRUCTURAL</b> (Mata y Scarafía (1993) “El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación” (p. 131).</p>	<p>- INTERNA</p> <p>- EXTERNA</p>	<p>- Menciones en vivo</p> <p>- Canciones</p> <p>- Ruidos</p> <p>- Anuncios publicitarios</p> <p>- Llamadas</p>
--	--	--	---	-----------------------------------	---

## **INSTRUMENTO**



UNIDAD DE ANÁLISIS	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES		SI	NO	DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
DISCURSO  RADIOFÓNICO  PROGRAMA: “ZONA DE AMOR “ DE RADIO LA ZONA	<b>DIMENSIÓN REFERENCIAL</b>  (Bergua (1998) “En la modernidad la dimensión referencial debe dar cuenta del contexto social en el que toman protagonismo el reloj y el mecanicismo clásico (...)” (p. 125).  En este punto se hace referencia a lo que se habla.	<b>CONTENIDO DEL PROGRAMA</b>  (Es el asunto o tema a tratar en el programa)	<b>VARIADO</b>  (qué tanta variedad de temas existe en el programa)					
		<b>FUENTES</b> (son los lugares, instituciones, personas o situaciones que proporcionan información a los emisores, en este caso al locutor)	<b>EXPLÍCITAS</b> (fuentes basadas en libros o expertos)	<b>Basado en Libros</b>				
				<b>Basado en Expertos</b>				
			<b>IMPLÍCITAS</b> (fuente de información a raíz de experiencias o conocimientos propios de una opinión)					
		<b>TEMPORALIDAD</b>  (en qué tiempo se precisa los mensajes del discurso)	<b>PRESENTISTA</b> (referido al momento; que pasa en el presente)					
			<b>RETROSPECTIVA</b> (cuando lo que se dice pasa en la actualidad como también pasó anteriormente)					
			<b>PROSPECTIVA</b> (Se refiere al hecho a futuro)					
			<b>DIACRÓNICA</b> (cuando lo anunciado abarca los tres tiempos)					

<b>DISCURSO</b>  <b>RADIOFÓNICO</b>  <b>PROGRAMA:</b> <b>“ZONA DE AMOR “</b> <b>DE RADIO LA ZONA</b>	<b>DIMENSIÓN</b>  <b>ENUNCIATIVA</b>  Toscano (2009) “El análisis de la dimensión enunciativa consiste en identificar y describir de qué manera el discurso del enunciador toma importancia en el destinatario y las relaciones que se van formando entre estos dos sujetos”. (p. 32).	<b>INTERVENCIÓN</b>  <b>DEL</b>  <b>ENUNCIADOR</b>  (A como el locutor se refiere al radioyente durante la emisión del programa)	<b>APELACIONES</b> (cómo el locutor se dirige o presenta al destinatario, a través de convocatorias, llamadas, invitaciones)				
			<b>PREGUNTAS</b> (las preguntas que realiza el locutor a la llamada entrante o para ser respondidas en las redes sociales)				
			<b>LENGUAJE</b>  (tipo de lenguaje que utiliza el locutor)	<b>Culto</b>			
				<b>Coloquial</b>			
				<b>Vulgar</b>			
		<b>PRESENCIA</b>  <b>DEL</b>  <b>DESTINATARIO</b>  (La manera de aparición y participación del destinatario)	<b>PERSONAL</b> (que tanta confianza o que tan personal se refieren al locutor)				
			<b>CALIFICATIVOS</b> (los calificativos que el oyente le da a la radio en las llamadas)				
			<b>CONSULTAS</b> (las preguntas o intervenciones de acuerdo al tema tratado que el radioyente realiza a través de su llamada )				
			<b>SOLICITUD DE CANCIONES</b> (las peticiones que hacen los oyentes con respecto a la música)				

<b>DISCURSO</b>  <b>RADIOFÓNICO</b>  <b>PROGRAMA:</b> <b>“ZONA DE AMOR “</b> <b>DE RADIO LA ZONA</b>	<b>DIMENSIÓN</b>  <b>ESTRUCTURAL</b>  (Mata y Scarafía (1993) “El discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes (...), analizar la dimensión estructural es analizar su programación” (p. 131).	<b>INTERNA</b>  (manifiesta toda operación desde la propia radio)	<b>MENCIONES EN VIVO</b> (Las menciones en vivo que costean el programa radial)				
			<b>CANCIONES</b> (La música que ya está programada para emitirse durante el programa)				
			<b>RUIDOS</b> (Los ruidos que hacen llegar una mala recepción del mensaje)				
		<b>EXTERNA</b> ( se refiere a todo lo que llega al programa radial)	<b>ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b> (Aquellos que contratan espacios publicitarios en el programa radial)				
			<b>LLAMADAS</b> (las llamadas que el oyente realiza muy aparte del tema, como saludos u otro tipo de consultas)				

## **VALIDACIONES**

# TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Monge Mongrut, Martha

Título y/o Grado: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado.....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UNMSM

Fecha: \_\_\_\_\_

## TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Análisis del discurso radiofónico del programa de entretenimiento  
"Zona de Amos" de Radio La Zona, Lima - Perú 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		género del Programa
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

- NOMBRE Y APELLIDOS:

MARtha Monge Mongrut

[Firma]  
FIRMA

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: JUAN LÓPEZ VEGA

Título y/o Grado: MAGISTER "Población, Comunicación y Desarrollo Sostenible"

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(x) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES

Fecha: \_\_\_\_\_

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Análisis del discurso radiofónico del programa de entretenimiento  
"Zona de Amor" de radio La Zona, Lima - Perú 2018".

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	✓		cuestionario para conclusiones y producto
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS: JUAN LÓPEZ VEGA



FIRMA

# TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Sotomayor García Víctor Orlando

Título y/o Grado: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....( ) Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad San Juan Bautista

Fecha: \_\_\_\_\_

## TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

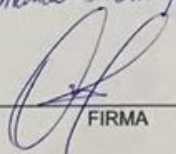
Análisis del discurso radiofónico del programa de entretenimiento  
Zona de Pájaros de radio La Zona, Lima - Perú 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

NOMBRE Y APELLIDOS: Víctor Orlando Sotomayor García

  
FIRMA



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: SMITH Cornelis (Pm)

Título y/o Grado: MAESTRO

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(☒) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: USMP

Fecha: 18/06/18

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

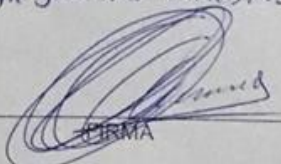
Análisis del discurso radiofónico del  
Programa de entretenimiento "Zona de Amor" de radio  
La Zona, Lima - Perú 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	<input checked="" type="checkbox"/>		<u>Añadir los aspectos</u>
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		<u>ESTÉTICOS del discurso</u>
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS: Añadir los aspectos específicos del discurso

NOMBRE Y APELLIDOS: Cesar Smith Cornelis

  
FIRMA



# TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: CHRIMA VARGAS JOSE JESUS

Título y/o Grado: Mg.

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UNMSM - UCV - UCALLAO

Fecha: 18/6/18

## TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Análisis del discurso radiofónico del  
programa de entretenimiento "Zona de Amor" de radio  
La Zona, Lima - Perú 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS: JOSE JESUS CHRIMA VARGAS

  
FIRMA

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Perez Osorio Jeanette

Título y/o Grado: Magister en Gobernabilidad y Desarrollo Social y Organizacional

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad privada del norte

Fecha: 18/06/18

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Análisis del discurso radiofónico del  
programa de entretenimiento "Zona de Amor" de radio  
La Zona, Lima - Perú 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL				

SUGERENCIAS: .....

NOMBRE Y APELLIDOS:  
Perez Osorio Jeanette

FIRMA